

УДК 338.45

*С. М. Савченко,
к. е. н., доцент кафедри міжнародної економіки,
Національний технічний університет України "КПІ", м. Київ*

СИСТЕМНО-ФУНКЦІОНАЛЬНА СУТНІСТЬ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

*S. Savchenko,
PhD in Economics, Associate Professor Department of International Economics,
National Technical University of Ukraine "Kyiv Polytechnic Institute", Kyiv*

SYSTEM-FUNCTIONAL ESSENCE OF THE ENTERPRISE COMPETITIVENESS

У статті проаналізовано підходи до сутності конкурентоспроможності, здійснено їх систематизацію та обґрунтовано доцільність використання системно-цільового підходу.

This paper examines approaches to the essence of the competitiveness by systematizing them and proved the feasibility of using a system-based approach.

Ключові слова: конкурентоспроможність, конкуренція, конкурентні позиції, конкурентні переваги, конкурентний статус, конкурентний потенціал, системно-цільовий підхід.

Key words: competitiveness, competition, competitive position, competitive advantages, competitive status, competitive potential, systematic and targeted approach.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Конкурентоспроможність є однією з найважливіших категорій в теорії та практиці управління соціально-економічними системами різного рівня (від окремого підприємства до національної економіки) в конкурентному середовищі. У той же час дана категорія є однією з найбільш складних в економічній науці. Тому, незважаючи на досить інтенсивну проробку теоретичних та прикладних аспектів підвищення конкурентоспроможності соціально-економічних систем різних рівнів та їх складових, у вітчизняній та зарубіжній фаховій літературі, серед науковців відсутні єдині підходи до трактування даної категорії.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Досить детально підходи до розуміння суті конкурентоспроможності підприємства розглянуто в роботах [1; 5; 8; 10; 13; 14; 15; 16]. Всього наводиться більше ніж сорок визначень. Проте у переважній більшості робіт вона розглядається з точки зору статичного підходу [1], при якому визначається через ринкові позиції [2], або через фіксацію ринкових переваг [1; 6]. Або використо-

вується підхід, який умовно можна назвати "квазістатичним". За такого підходу конкурентоспроможність начебто розглядається у динаміці, однак конкретне її забезпечення переноситься у статичну площину [1; 16], не акцентуючи при цьому як, і за рахунок чого конкурентоспроможність буде забезпечуватися у майбутньому. Такі підходи до суті конкурентоспроможності мають значні вади і не можуть вважатися коректним у сучасних умовах. Обґрунтування цього буде зроблено далі у статті.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Метою статті є аналіз підходів до визначення сутності конкурентоспроможності підприємства їх систематизація та обґрунтування доцільності використання системно-цільового підходу.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Виділимо головні моменти, які можуть бути продуктивно застосовані для встановлення сутності та специфіки конкурентоспроможності підприємств.

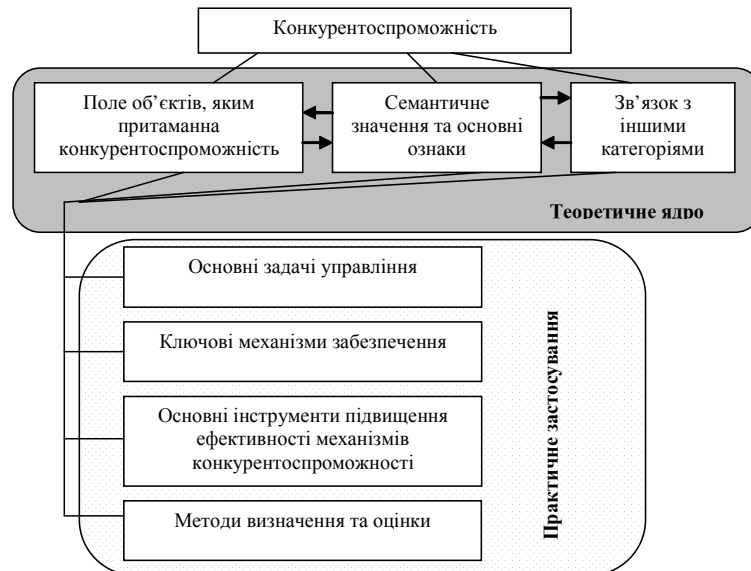


Рис. 1. Ключові аспекти з'ясування сутності конкурентоспроможності

Розроблено автором.

Розглядаючи загальну методологію дослідження конкурентоспроможності, можна виділити чотири ключові питання які необхідно вирішувати в процесі визначення її сутності: 1) які складові економічної системи мають властивість конкурентоспроможності; 2) які ознаки властиві конкурентоспроможності як економічній категорії; 3) які задачі необхідно вирішувати в процесі аналізу конкурентоспроможності; 4) які методи доцільно застосовувати під час оцінювання конкурентоспроможності [10]. На нашу думку, їх необхідно дещо змінити доповнивши ще трьома (рис. 1).

З рисунка 1 випливає, що найперше має бути визначено: сукупність об'єктів через які можна визначити дану категорію та зв'язок її з іншими категоріями. Вищеозначені три аспекти становлять своєрідне "ядро" сутності категорії "конкурентоспроможність", однак, на наш погляд, важливо не зупинятися на чисто теоретичній сутності конкурентоспроможності. Адже прагматичний аспект будь-якого поняття в операційному плані визначається, перш за все тим, наскільки зміст даного поняття, набір його змістоутворюючих ознак можуть бути використані, як основа при розробці методів і засобів вирішення практичних завдань, пов'яза-

них з цим поняттям. Тому "теоретичне ядро" сутності конкурентоспроможності на рисунку 1 доповнено практичними аспектами, які побудовані на його основі: необхідністю та задачами управління конкурентоспроможністю, основними механізмами її забезпечення, набором інструментів, які здатні підвищити ефективність дії вищеозначених механізмів. Результати дії даних механізмів не можуть бути визначені без методів оцінки конкурентоспроможності "до" і "після" управлінських впливів.

Спочатку визначимо семантичне значення терміну "конкурентоспроможність". Для цього окреслимо коло інших категорій, які пов'язані з даним поняттям (рис. 2).

Найперше слід відзначити, що конкурентоспроможність виявляється лише в умовах конкуренції і через конкуренцію. Термін "конкуренція" є запозиченим з латинської мови (*concurrentia*) і означає змагання, суперництво і є родовим відносно до категорії "конкурентоспроможність" та інших категорій того ж порядку підпорядкованості. У такому ж значенні: як економічна боротьба, суперництво між виробниками продукції, робіт, послуг на ринках даний термін вживається багатьма економістами [9; 11; 12]. Вітчизняне зако-

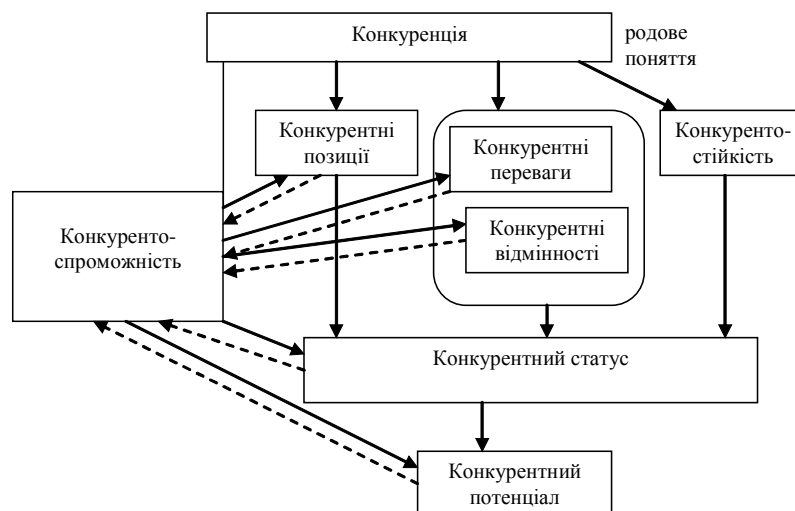


Рис. 2. Коло категорій пов'язаних з категорією "конкурентоспроможність"

Розроблено автором.

подавство, зокрема Закон України "Про захист економічної конкуренції" визначає економічну конкуренцію як "...змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання..." [3]. Підкреслимо один момент у даних визначеннях конкуренції, який в подальшому буде важливим для встановлення сутності конкурентоспроможності: конкурувати можуть лише активні системи, тобто такі, які мають суб'єктну складову.

Щодо інших шести категорій виділених на рисунку 2, то вони мають однаковий рівень субординованості з категорією "конкурентоспроможність", так як, з одного боку, остання часто визначається через вищеозначені категорії (пунктирні стрілки на рисунку 2), з іншого, категорії, наведені на рисунку 2 справа змінюються (тобто є залежними) від конкурентоспроможності (суцільні стрілки на рисунку 2).

Щодо значення сутності терміну "конкурентна позиція", то позиції фахівців практично ідентичні. Так, "конкурентну позицію" визначають як позицію, яку компанія займає у певній галузі відповідно до результатів своєї діяльності та зі своїми перевагами й недоліками порівняно з конкурентами або, як "місце підприємства в конкретних сегментах ринку зовнішнього середовища серед конкурентів" [15, с.10].

Розглядаючи сутність конкурентоспроможності підприємства, не можна оминати категорію конкурентних переваг, через які в ряді випадків у фаховій літературі і визначається конкурентоспроможність підприємства [1]. Конкурентні переваги можна визначити як перевагу фірми в якійсь сфері діяльності чи випуску товарів порівняно з конкуруючими фірмами [9], або як випередження конкурентів за рахунок реалізації суттєвих (з точки зору конкретної галузі) чинників ринкової та ресурсної орієнтації [1, с. 8]. Відповідно чим більше підприємство має конкурентних переваг, тим вища його конкурентоспроможність.

З такою позицією, на наш погляд, не можна повністю погодитися. По-перше, серед ресурсних чинників, які розглядаються в теорії конкурентних переваг опускається інформація, яка вже давно в економічній теорії розглядається як ресурс. Якщо розглянути більш детально ринкові чинники, то вони базуються на володінні інформацією про ринок. По-друге, конкурентні переваги не можуть бути зведені лише до ресурсних та ринкових чинників, навіть якщо до перших і включити інформацію. У даному плані доречно зауважити, що фірми домагаються конкурентної переваги, знаходячи нові способи конкуренції у своїй галузі й виходячи з ними на ринок, які можна назвати одним словом — "нововведення" [14, с. 9]. Саме існування в підприємстві механізмів "генерування" нововведень, іншими словами наявність та здатність підприємства до інновацій є, на нашу думку, одним з найбільш важливих джерел конкурентних переваг. Особливо це важливо у випадку виробництва високотехнологічної продукції. На сучасному етапі акценти конкурентоспроможності зміщуються у сторону таких факторів, як висока продуктивність, володіння новітніми технологіями, ступінь технологічного лідерства, тому сферу прояву конкурентних переваг необхідно розширити. Більш коректно, на нашу думку, конкурентну перевагу можна визначити як наявність у системі якої-небудь ексклюзивної цінності, що дає їй переваги перед конкурентами.

У фаховій літературі під час аналізу поняття "конкурентоспроможність" використовують також термін "конкурентна відмінність", під яким розуміють високу компетентність організації у певній сфері, що дає змогу підприємству отримувати й утримувати клієнтуру, роблячи щось краще ніж конкуренти. Таким чином, конкурентна відмінність — це відмінність підприємства від конкурентів у позитивному (для виграшу в конкурентній

боротьбі) напрямку. Отже, на підставі аналізу змісту, істотних ознак понять "конкурентна перевага" та "конкурентна відмінність" вважаємо за доцільне ототожнювати їх.

Менш поширеним за частотою вживання є термін конкурентостійкість, яка визначається здатністю забезпечити кращу пропозицію порівняно з конкуруючою компанією [14, с. 3]. Однак, на наш погляд, таке тлумачення даного терміну не виражає його суті як "стійкості" до чогось. Даного недоліку позбавлене визначення конкурентостійкості підприємства як спроможності підприємства протистояти дестабілізуючому впливу факторів зовнішнього середовища порівняно з конкурентами [15, с.10]. Зауважимо тільки, що було б доцільно доповнити дане визначення "стійкістю" не тільки до дестабілізуючих впливів зовнішнього середовища, але й до дій конкурентів.

Категорією вищого порядку в порівнянні з конкурентними позиціями, конкурентними перевагами та конкурентостійкістю є "конкурентний статус", який охоплює не лише позицію підприємства, а й ступінь володіння ним певними конкурентними перевагами. Конкурентний статус є комплексною порівняльною характеристикою підприємства відносно конкурентів, що відображає його внутрішній потенціал, позицію в конкурентних сегментах ринку і здатність утримувати її під впливом дестабілізуючих факторів зовнішнього середовища [15, с. 9—10].

Категорією ще більш високого порядку є "конкурентний потенціал". Дане поняття визначається як систематизований комплекс взаємоузгоджених можливостей і ресурсів внутрішнього середовища підприємства, який забезпечує отримання конкурентних переваг в умовах змінюваного зовнішнього середовища та обмежених ресурсів, сприяє досягненню поставлених конкурентних цілей та, при раціональному використанні, забезпечує підприємству високий конкурентний статус [4, с. 9]. Однак такий підхід не відповідає суті терміну потенціал, який має, як і "конкуренція" латинське походження, яке трактується як сила, могутність, яка існує в прихованому вигляді і може проявитися при певних умовах [5, с. 428]. Тому конкурентний потенціал — це можливість підприємства по утриманню чи збільшенню конкурентного статусу, які можуть бути використані, а може й ні. Для опису цього ж поняття використовується і інша назва — "потенційна конкурентоспроможність підприємства" — економічна категорія, що характеризує відносний рівень можливості підприємства за допомогою управлінських, матеріальних, трудових, організаційно-технічних і технологічних ресурсів досягти конкурентного статусу підприємства на ринку" [17, с. 10].

Враховуючи значення, якого надають взаємопов'язаним категоріям, сформуємо основні ознаки категорії "конкурентоспроможність".

1. Конкурентоспроможність притаманна соціально-економічним системам, які мають суб'єктну складову (дана властивість впливає з того, що конкурентну боротьбу можуть вести лише суб'єкти).

2. Вищеозначена категорія є відносною — впливає з відносності пов'язаних категорій: "конкурентна позиція", "конкурентна перевага", "конкурентний статус".

3. Конкурентоспроможність має проявлену і приховану (потенційну частину) — є наслідком одночасного зв'язку з "явним" категоріями, які мають ознаки "тут" і "тепер", зокрема "конкурентна позиція" та категорією "конкурентний потенціал", який має частину, яка може проявитися, але не проявлена "тут" і "тепер". Крім того, "приховану" чи "непроявлену" в поточному моменті реальності частину мають і категорії "конкурентна перевага" та "конкурентні відмінності".

4. Конкурентоспроможність є динамічною категорією, що випливає зі "змагальності" родового поняття "конкуренція".

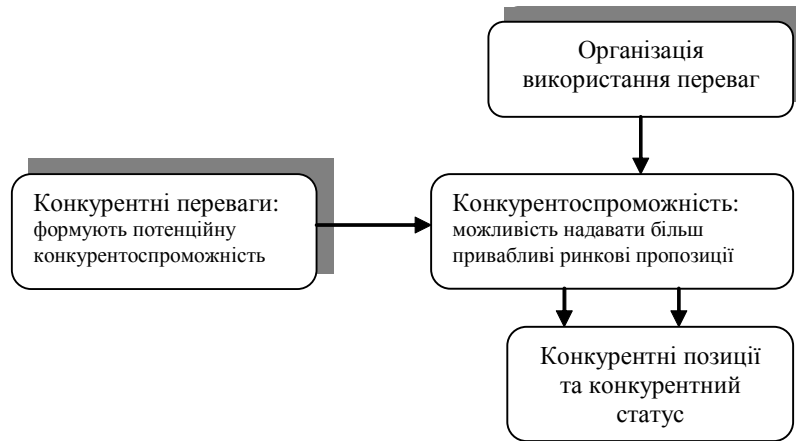


Рис. 3. Зв'язок конкурентних переваг з конкурентоспроможністю

Розроблено автором.

Перші дві властивості прямо впливають з взаємопов'язаних з конкурентоспроможністю категорій, але дві останні — потребують додаткового обґрунтування.

Усі конкурентні переваги можна розділити на проявлені і не проявлені. Традиційно конкурентоспроможність підприємства визначається конкурентними перевагами, які вже проявлені. Непроявлені конкурентні переваги — це інтелектуальні конкурентні переваги, які пов'язані з конкурентоспроможністю підприємства на майбутніх ринках. У майбутньому, конкурентні позиції фірм з інтелектуальними конкурентними перевагами ще не існують і не можуть бути точно визначені, але вже в теперішньому періоді підприємству потрібно їх формувати.

З позиції конкурентних переваг конкурентоспроможність — це здатність підприємства пристосовуватись до вимог зовнішнього середовища шляхом збереження і розвитку наявних, створення нових конкурентних переваг [1, с. 8]. Окремі конкурентні переваги далеко не завжди можуть бути основою можливості підприємства надавати більш привабливі, порівняно з конкурентами ринкові пропозиції. Для цього необхідно, щоб окремі конкурентні переваги були з'єднані в один ланцюг, який би забезпечував втілення даної конкурентної переваги в можливість надати привабливу для покупців пропозицію за ціною або за технічними та якісними характеристиками продукції (рис. 3).

Слід відзначити, що фахівці, які оперують терміном "конкурентні відмінності" [1] вказують на те, що

вони сприяють підвищенню потенціалу конкурентоспроможності, а не реальної конкурентоспроможності.

Обґрунтуємо тепер динамічний характер конкурентоспроможності. Через які б категорії не визначали конкурентоспроможність, всі їх можна звести до можливості надання більш привабливих порівняно з конкурентами ринкових пропозицій.

Конкурентоспроможність умовно можна охарактеризувати деяким набором параметрів X_i , що надають числову оцінку стану соціально-економічної системи з позиції можливості надання нею привабливих ринкових пропозицій. Поставимо у відповідність цьому набору деяку міру K_{ie} , функціонально зв'язану з сукупністю оцінок X_i . Таким чином стан конкурентоспроможності визначається значенням K_{ie} .

Заданий рівень конкурентоспроможності повинен бути не постійною величиною, а змінною в динаміці. Причому, виходячи з того, що конкуренти будуть намагатися надавати також більш привабливі ринкові пропозиції, то для K_{ie} має виконуватися:

$$K_{ie}(t_2) > K_{ie}(t_1), \text{ якщо } t_2 > t_1 \quad (1)$$

Нерівність (1) припускає, що будь-який, навіть ситуативно найвищий на ринку, рівень конкурентоспроможності рано чи пізно буде досягнутий і конкурентами, а отже, вже не буде високим, і підприємству, яке ставить за мету бути лідером чи мати певний відносний рівень конкурентоспроможності, необхідно його збільшувати.

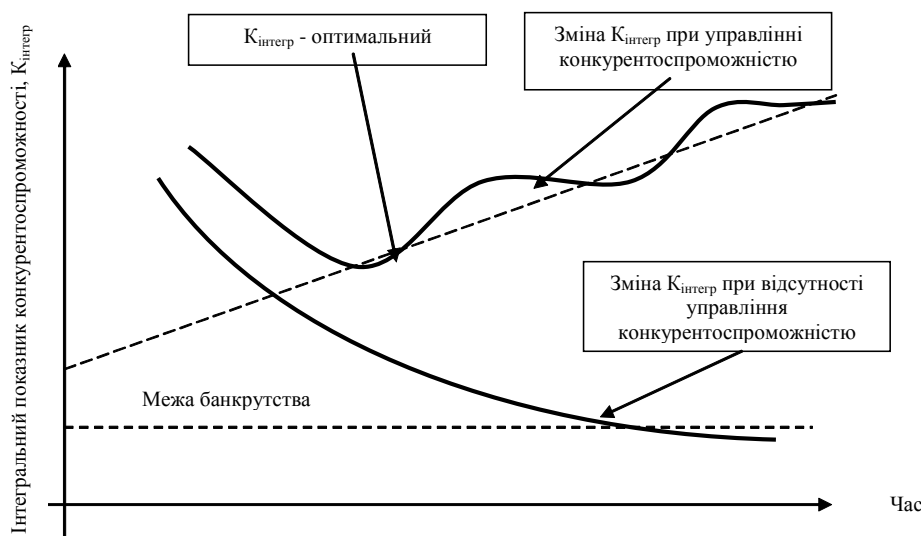


Рис. 4. Динаміка конкурентоспроможності

Розроблено автором.

Узагальнюючий вигляд динаміки конкурентоспроможності наведено на рисунку 4.

Нижня крива представляє собою зміну конкурентоспроможності в часі за відсутності впливів на неї з боку системи управління підприємством. При цьому конкурентоспроможність різко падає і швидко досягає значень, за яких підприємство знаходиться на межі банкрутства, а виробництво продукції, яку воно випускає, стає економічно невитідним.

Верхня крива показує динаміку інтегрального показника конкурентоспроможності в умовах управління його значенням. Змінні зовнішні умови та дії конкурентів зумовлюють відхилення конкурентоспроможності від заданого рівня (адже вона має відносний характер).

При незмінних характеристиках діяльності підприємства, навіть за нетривалий період часу, рівень його конкурентоспроможності може істотно змінюватися, внаслідок змін, що відбуваються у зовнішньому конкурентному середовищі. Щоб усунути такого роду відхилення у певні моменти часу, розробляються і проводяться заходи, на основі результатів оцінки конкурентоспроможності, що спрямовані на підвищення конкурентоспроможності до рівня прийнятних значень. Розмах коливань визначається конкурентостійкістю підприємства: чим вона вища, тим менший розмах коливань і навпаки. Таким чином, незалежно від того, чи здійснюється управління конкурентоспроможністю підприємства чи ні: дана категорія має динамічний характер і є змінною в часі.

Розглянемо основні підходи динамічного напрямку розуміння суті конкурентоспроможності.

Процесний підхід надає можливість розглядати конкурентоспроможність підприємства як більшу ефективність сукупності основних і додаткових процесів порівняно з конкурентами. За цього підходу конкурентоспроможність визначається як відносна характеристика, що відображає відмінності у процесі розвитку певного виробника від виробника конкурента як за ступенем задоволення власними товарами, так й за ефективністю виробничої діяльності. Можна виділити три процеси, вища ефективність яких визначає конкурентоспроможність підприємства: виробництво, збут та обслуговування. При цьому конкурентоспроможність підприємства буде характеризувати його здатність в майбутньому розробляти, збувати та обслуговувати товари, які переважають аналоги за якістю та ціною [8, с. 208]. Цей підхід, на наш погляд, має очевидний недолік, так як не враховує синергетику процесів. Адже сумарна дія кількох узгоджених процесів, наприклад, тих, які наведені вище, може виявитися більшою ніж їх проста сума.

Цільовий підхід визначає конкурентоспроможність як більші можливості підприємства в досягненні цілей. Як правило, основною метою в такому підході є задоволення потреб споживачів. Даний підхід найбільш поширений серед підходів до сутності конкурентоспроможності підприємства. У рамках даного підходу конкурентоспроможність фірми визначають як можливість кращого, ніж у конкурентів, задоволення потреб покупців. Така можливість не є одиничним актом, а є тривалим процесом. Проте у даному визначенні досить важко визначити, що саме входить в "краще задоволення потреб". Адже крім власне потреб у конкурентоспроможності значну роль відіграє ціновий фактор. Покупці можуть нехтувати певною часткою своїх потреб в обмін на адекватний, на їх думку, виграв у ціні.

З позицій прибутковості конкурентоспроможність підприємства — це здатність здійснювати господарську діяльність таким чином, що дає змогу протягом тривалого часу підтримувати присутність на ринку в такому обсязі, щоб прибуток від реалізації продукції за-

безпечував не тільки підтримку існування підприємства, але і задоволення потреб покупців у сполученні з постійним підвищенням якості продукції й удосконаленням виробничого процесу [13, с. 223]. У даному випадку головна ціль — отримання прибутку. Це можливо лише коли підприємство надає пропозиції, які принаймні не менш привабливі для покупців, ніж конкуренти. Можливості надавати такі пропозиції залежать від того, наскільки конкурентною є його продукція.

У рамках цільового підходу конкурентоспроможності підприємства можна визначити як досягнуту на певний момент часу цільову характеристику, яка забезпечує досягнення кращих економічних результатів, ніж у конкурентів і проявляється в сукупності його цільових показників" [2, с. 6—7]. Проте цільовий підхід, по-перше, не враховує, що підприємство може мати цілу систему цілей з різною значимістю; по-друге, цілі можуть змінюватися залежно від ринкової ситуації; по-третє, справжні цілі конкурентів можуть бути невідомими, що переводить практику управління конкурентоспроможністю в суто теоретичну площину в силу неможливості визначення ступеня досягнення цілей конкурентами. По-четверте, в різні моменти часу підприємство може мати різний обсяг і структуру ресурсів, які воно може спрямувати на досягнення цілей.

Системний підхід розглядає конкурентоспроможність як систему, яка складається з певних підсистем. Конкурентоспроможність підприємства за такого підходу моделюється "входом", "внутрішнім середовищем, яке складається з певної кількості підсистем" та "виходом" [7]. На виході такої системи формується конкурентна продукція, на вході "подаються" ресурси та потреби споживачів. Перевагою такого підходу є врахування ресурсів, які задіяні підприємством та включення в конкурентоспроможність зв'язків між виходом системи та входом через реакцію споживачів. Однак недоліком даного підходу до конкурентоспроможності є ігнорування цілей підприємства. Причому слід наголосити, що все більш значущим, а в багатьох випадках головним ресурсом, який забезпечує конкурентоспроможність є знання. Тому найбільш коректним є системно-цільовий підхід до суті конкурентоспроможності підприємства, за якого її потрібно розуміти як перетворення у внутрішньому середовищі підприємства залучених ресурсів, у результаті якого підприємство має змогу надавати в поточному та майбутньому періоді пропозиції, більш привабливі для покупців порівняно з конкурентами.

ВИСНОВКИ

Проведений аналіз підходів до сутності конкурентоспроможності дозволив виділити чотири її ключові ознаки: притаманність соціально-економічним системам, які мають суб'єктну складову; відносність, динамічність, наявність проявленої та прихованої частини. Систематизація підходів до сутності конкурентоспроможності підприємства дозволяє виділити ситуативний, процесний, цільовий та системний підходи. Враховуючи переваги та недоліки вищезначених підходів доцільно використовувати системно-цільовий підхід до сутності конкурентоспроможності, яку запропоновано визначати як перетворення у внутрішньому середовищі підприємства залучених у результаті якого підприємство має змогу надавати в поточному та майбутньому періодах пропозиції, більш привабливі для покупців. За такого підходу внутрішнє середовище розглядається як системне утворення, а цільовою характеристикою є можливість надання в поточному та майбутньому періодах привабливих порівняно з конкурентами ринкових пропозицій.

Література:

1. Барабась Д.О. Управління конкурентними перевагами підприємства (на прикладі підприємств швейної галузі): автореф. дис... канд. екон. наук: 08.06.01 / Д.О. Барабась. — Київ: нац. екон. ун-т. — К., 2003. — 18 с.
2. Горбенко Р.О. Удосконалення способів оцінювання конкурентоспроможності машинобудівного підприємства: автореф. дис... канд. екон. наук: 08.00.04 / Р.О. Горбенко; Східноукр. нац. ун-т ім. В. Даля. — Луганськ, 2008. — 19 с.
3. Закон України "Про захист економічної конкуренції" № 2210 від 11 січня 2001 року (зі змінами та доповненнями) [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2210-14>
4. Кирчата І.М. Оцінка конкурентного потенціалу в системі управління конкурентоспроможністю підприємства: автореф. дис... канд. екон. наук: 08.00.04 / І.М. Кирчата; Приазов. держ. техн. ун-т. — Маріуполь, 2007. — 20 с.
5. Ковтун О.І. Конкурентоспроможність підприємства: стратегічний контекст: моногр. / О.І. Ковтун; УКООПСІЛКА, Львів. комерц. акад. — Л.: Вид-во Львів. комерц. акад., 2009. — С. 276.
6. Літвінов Є.І. Здобуття конкурентних переваг у глобальній економіці / Є.І. Літвінов // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі. — 2008. — № 4. — С. 120—128.
7. Мукминшин К.К. Систематизація дослідження конкурентоспроможності підприємства [Електронний ресурс] / К.К. Мукминшин // Среднее профессиональное образование. — 2001. № 5. — С. 31—32. — Режим доступу: <http://www.ecsocman.edu.ru/db/msg/182-235.html>
8. Плотичина П.М. Определение конкурентоспособности предприятия // Вестник ТГТУ. — 2010. — № 1 (Том 16). — С. 205—211.
9. Портер М.Э. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / Пер. с англ. И. Мишнев. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. — 452 с.
10. Прахова Т.С. Понятие и сущность конкурентоспособности [Электронный ресурс] / Т.С. Прахова // Сб. науч. трудов СевКавГТУ. Серия "Экономика". — 2005. — № 2. — Режим доступу: http://science.ncstu.ru/articles/econom/15/08.pdf/file_download
11. Пуцентайло П.Р. Конкуренція як економічна категорія / П.Р. Пуцентайло // Економіка АПК. — 2007. — С. 122—126.
12. Савченко С.М. Конкурентоспроможність підприємства / С.М. Савченко // Наук. вісник Національної академії державної податкової служби України. — 2002. — № 3. — С. 27—32.
13. Сопільник Л.І. Управління конкурентоспроможністю машинобудівних підприємств на сучасному етапі розвитку економіки України / Л.І. Сопільник, А.В. Колодійчук // Науковий вісник НЛТУ України. — 2009. — Вип. 19 — С. 222—227.
14. Сторожилова У.Л. Забезпечення конкурентоспроможності підприємства через інноваційно-інвестиційний механізм: автореф. дис... канд. екон. наук: 08.06.01 / У.Л. Сторожилова; Укр. держ. акад. залізн. трансп. — Х., 2006. — 19 с.
15. Тридід О.М. Стратегія розвитку підприємства в умовах кризи: Автореф. дис... д-ра екон. наук: 08.06.01 / О.М. Тридід; Донец. нац. ун-т. — Донецьк, 2003. — 31 с.
16. Харитонов О.С. Економічна стійкість підприємства як основа забезпечення його конкурентоспроможності: автореф. дис... канд. екон. наук: 08.00.04 / О.С. Харитонов; Східноукр. нац. ун-т ім. В. Даля. — Луганськ, 2008. — 18 с.
17. Шепіцен А.О. Стратегія забезпечення конкурентоспроможності підприємств аграрного сектора економіки: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.06.01 "Економіка, організація і управління підприємствами" / А.О. Шепіцен. — К., 2004. — 24 с.

References:

1. Barabas, D.O. (2003), "Management of competitive edges of enterprise (on the example of clothing industry)", Ph.D. Thesis, Economics, Organization and Management, Kyiv National Economics University, Kyiv, Ukraine.
2. Gorbenko, R.O. (2008), "Improving ways to evaluate the competitiveness enterprise of machine-building company" Ph.D. Thesis, Economics and management of enterprises (by the kind of economic activity) Volodymyr Dahl East Ukrainian National University, Luhansk, Ukraine.
3. The Verkhovna Rada of Ukraine (2001), "The Law of Ukraine "On Protection of Economic Competition", available at: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2210-14> (Accessed 11 August 2013)
4. Kyrchata, I.M. (2007), "Evaluation of competitive potential in the management of enterprise's competitiveness": Ph.D. Thesis, Economics and management of enterprises (by the kind of economic activity), Pryazovskyi State Technical University, Mariupol, Ukraine.
5. Kovtun, O.I. (2009), Konkurentospromozhnist' pidpryemstva: stratehichnyj kontekst [Competitiveness of enterprise: Strategic context], UKOOPSPILKA, Lviv, Ukraine.
6. Litvinov, E.I. (2008), "Gaining competitive advantage in the global economy", Ekonomika ta upravlinnia pidpryemstvamy mashynobudivnoi haluzi, vol. 4, pp. 120—128.
7. Mukmynshyn, K.K. (2001), "Systematization of research enterprise competitiveness", Srednee professional'noe obrazovanie, [Online], vol. 8, available at: <http://www.ecsocman.edu.ru/db/msg/182235.html> (Accessed 20 May 2014).
8. Plotytsyna, P.M. (2010), "Definition of enterprise competitiveness", Vestnik TGTU, vol. 1, pp. 205—211.
9. Porter, M. E. (2005), Konkurentnaja strategija: Metodika analiza otraslej i konkurentov [Competitive Strategy: Technique for analyzing industries and competitors], Alpina Business Books, Moscow, Russia.
10. Prahova, T.S. (2005), "The concept and essence of competitiveness", Sb. nauch. trudov SevKavGTU. Serija "Jekonomika" [Online], vol. 2, available at: http://science.ncstu.ru/articles/econom/15/08.pdf/file_download (Accessed 11 June 2014).
11. Putsentaylo, P.G. (2007), "Competition as an economic category", Ekonomika APK, pp. 122—126.
12. Savchenko, S.M. (2002), "Competitiveness of enterprise", Nauk. visnyk Natsional'noi akademii derzhavnoi podatkovoi sluzhby Ukrainy, vol. 3, pp. 27—32.
13. Sopilnyk, L.I. (2009), "Management of machine-building company competitiveness in the current development of economy of Ukraine", Naukovyj visnyk NLTU Ukrainy, vol. 19, pp. 222—227.
14. Storozhylova, V.L. (2006), "Ensuring the competitiveness of enterprises through innovative investment mechanism", Ph.D. Thesis, Economics, Organization and Management, Ukrainian State Academy of Railway Transport, Kharkiv, Ukraine.
15. Trydid, A.M. (2003), "Development strategy in a crisis" Dr. of Sci. Thesis, Economics, Organization and Management, Donetsk National University, Donetsk, Ukraine.
16. Kharitonov, A.S. (2008), "The economic sustainability of the enterprise as a basis for competitiveness" Ph.D. Thesis, Economics and management of enterprises (by the kind of economic activity) Volodymyr Dahl East Ukrainian National University, Luhansk, Ukraine.
17. Shepitsen, A.O. (2004), "Strategy to ensure the competitiveness of enterprises in the agricultural sector" Ph.D. Thesis, Economics, Organization and Management, National Agrarian University, Kyiv, Ukraine.

Стаття надійшла до редакції 17.10.2014 р.