

**Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка" включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Наказ Міністерства освіти і науки України від 29.12.2014 № 1528)**



УДК 339.137.2

*Е. Х. Бабіров,*  
*аспірант, Одеський державний екологічний університет, м. Одеса*  
*М. Т. Бець,*  
*кандидат економічних наук, доцент,*  
*доцент кафедри підприємництва та екологічної експертизи товарів,*  
*Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів*  
*Г. Й. Лучко,*  
*кандидат економічних наук, асистент кафедри технологій управління,*  
*Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів*

## ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОВАРІВ ІЗ ВРАХУВАННЯ ІНТЕГРОВАНOSTІ РИНКІВ

*Е. Н. Babirov,*  
*postgraduate, Odessa State Ecological University, Odessa*  
*М. Т. Bets,*  
*PhD, associate professor of department of ecological expertise of goods,*  
*National University "Lviv Polytechnic", Lviv*  
*Н. У. Luchko,*  
*PhD, associate professor of department of management technologies*  
*National University "Lviv Polytechnic", Lviv*

### THE ESSENCE OF COMPETITIVENESS OF GOODS IN TERMS OF THE INTEGRATION OF MARKETS

*Проаналізовано наукові літературні джерела за проблематикою конкурентоспроможності товарів. Визначено сутнісні ознаки поняття «конкурентоспроможність товарів». Проведено дослідження динаміки рівня конкурентоспроможності вітчизняної економіки. Визначено перелік чинників, які впливають на конкурентоспроможність товарів.*

*It was analyzed a science literature in the sphere of competitiveness of goods. It was determined an essence of features of conception "competitiveness of goods". It was conducted a research of competitive level of national economy. It was determined a list of factors that affects on competitiveness of goods.*

**Ключові слова:** конкуренція, товар, конкурентоспроможність, конкурентоспроможність товарів, інтегрованість ринків.

**Key words:** competition, competitiveness, competitiveness of goods, integration of markets.

**Постановка проблеми.** В умовах нестабільного політичного та економічного середовища, здатність підприємства формувати та використовувати на практиці власні конкурентні переваги постає однією із найважливіших передумов успішного функціонування в умовах економічної рецесії та загострення конкуренції. Сучасні умови здійснення підприємницької діяльності в Україні ускладнені нестабільними політичними та макроекономічними процесами, які важко піддаються прогнозуванню, що створює перешкоди на шляху формування довгострокової стратегії функціонування суб'єктів господарювання. Нестабільність національної грошової одиниці та високий рівень інфляції зумовлюють необхідність пошуку інструментів для визначення та реалізації конкурентних переваг, які допоможуть зберегти та розширити частку на ринку, купівельна спроможність споживачів на якому має тенденцію на зниження. Відтак постає необхідність аналізування сутності поняття конкурентоспроможності та визначення ключових напрямків для її забезпечення в сучасних умовах ведення підприємницької діяльності.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Аналізування літературних джерел за обраною проблематикою показав, що дослідженні сутності поняття «конкурентоспроможність» вітчизняні та закордонні науковці приділяють чимало уваги. До вчених, які здійснили вагомий теоретичний внесок у даній сфері відносять Азоев Г.Л.[1], Должанський І.З. [2], Мазаракі А.А. [3], Шевельова С.О. [4], Близнюк С.В. [5], Коломісць І.Ф. [6] та Зянько В. В. [7] та багато інших. Зазначені науковці розглядали сутність поняття конкурентоспроможності на рівні окремого підприємства вважаючи ті чи інші фактори, які впливають на його ефективність чинниками конкурентоспроможності. Проте узгоджена система критеріїв, на основі якої можна поділити підприємства на конкурентоспроможні та не конкурентоспроможні залишилась поза увагою зазначених вчених.

Наукові пошуки, спрямовані на визначення сутності поняття конкурентоспроможності здійснювали також такі науковці, як Зозульов О.В.[8], Бравар Жан-Луї.[9], Хейвуд Дж. Брайан.[10], Аникин Б. А.[11] та багато інших. Зазначені дослідники розглядали конкурентоспроможність як певне явище, що виникає при наявності у підприємства найвагомішої, на думку даних вчених, складової успіху – креативний та висококваліфікований персонал. Доповнення до даного чиннику служить аутсорсинг, який формує комерційне надбання для підприємства та підвищує рівень якості працівників за рахунок підвищення їх кваліфікації та досвіду. Проте, варто зауважити, що згадані науковці не дослідили сутність поняття конкурентоспроможності товарів, приділивши головну увагу конкурентоспроможності підприємств.

Вартим уваги є тлумачення сутності поняття конкурентоспроможності за Портером М.[12], згідно якої підприємство є конкурентоспроможним тоді коли воно функціонує в умовах збалансованого та вигідного для даного підприємства

подання групи чинників, що впливають ззовні. Портер називає дані чинники чотирма силами: ринкова влада постачальників, ринкова влада споживачів, загроза появи нових гравців, загроза появи товарів-замінників. За Портером підприємство може впливати на перелічені чинники і тим самим визначати рівень конкуренції у певній галузі.

Слід зазначити, що дослідження конкурентоспроможності підприємства відбувалося у різних сферах, в тому числі і у сфері стратегічного менеджменту. До науковців, які вважали, що стратегія являється одним із найважливіших чинників, які визначають певного підприємства успішно конкурувати з іншими гравцями на ринку відносять Штерн К. [13], Гаєвая Ю. [14] та Календжян С. [15]. Зазначені науковці вважали, що для забезпечення високого рівня конкурентоспроможності підприємство повинно не тільки правильно визначити та навчатись використовувати власні конкурентні переваги, а й сформулювати стратегію їх використання.

Таким чином, слід зауважити, що сутність поняття конкурентоспроможності товарів не достатнім чином висвітлена в літературі і потребує деяких уточнень.

**Формулювання цілей статті.** Враховуючи актуальність досліджуваної проблематики та недостатній рівень її висвітлення у науковій літературі, є доцільним визначити такі цілі статті: дослідити та запропонувати визначення сутності поняття конкурентоспроможності товарів, а також визначити ключові напрями для підвищення конкурентоспроможності в умовах інтегрованості ринків.

**Виклад основного матеріалу.** Дослідження макроекономічних тенденцій розвитку вітчизняної економіки показало, що рівень нестабільності в Україні є значно вищим ніж у деяких країнах-сусідах, які функціонують у подібних до вітчизняних умов та також характеризуються певними труднощами, успадкованими внаслідок історичних подій XIX та XX ст. Проте, варто зауважити, що в рівень конкурентоспроможності вітчизняної економіки залишається порівно низьким. Так, якщо проаналізувати звіти Міжнародних економічних форумів, середнє значення індексу конкурентоспроможності вітчизняної економіки становить 4,03, що є значно менше ніж значення аналогічного показника для Російської Федерації, Польщі, Румунії, Угорщини та країн Прибалтики. У табл. 1 наведено динаміку індексу конкурентоспроможності України протягом 2007-2015 рр. у порівнянні з деякими іншими країнами.

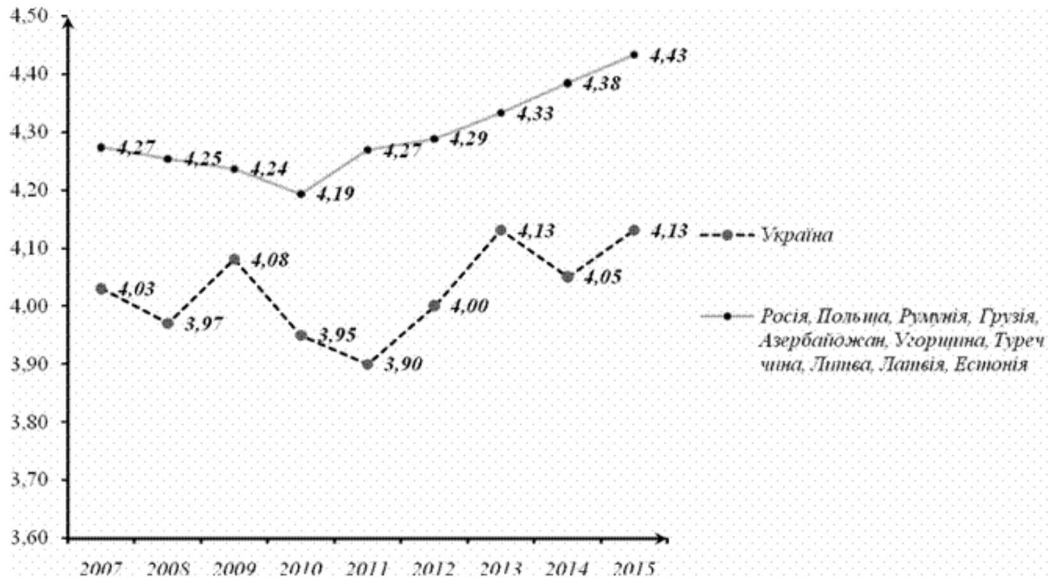
**Таблиця 1.**  
**Динаміка індексу конкурентоспроможності вітчизняної економіки у порівнянні з деякими іншими країнами протягом періоду з 2007 по 2015 рр.**

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Середнє арифметичне:
Україна	4,03	3,97	4,08	3,95	3,90	4,00	4,13	4,05	4,13	4,03
Росія	4,13	4,19	4,31	4,15	4,23	4,21	4,19	4,24	4,37	4,22
Польща	4,38	4,28	4,28	4,32	4,5	4,46	4,46	4,45	4,48	4,40
Румунія	3,98	3,97	4,1	4,1	4,16	4,07	4,06	4,3	4,3	4,12
Грузія	3,75	3,83	3,86	3,8	3,86	3,95	4,07	4,21	4,21	3,95
Азербайджан	4,11	4,06	4,1	4,3	4,28	4,31	4,41	4,51	4,53	4,29
Угорщина	4,49	4,35	4,22	4,21	4,32	4,36	4,3	4,24	4,28	4,31
Туреччина	4,13	4,24	4,14	4,16	4,24	4,28	4,45	4,45	4,46	4,28
Литва	4,48	4,48	4,44	4,29	4,37	4,4	4,41	4,4	4,5	4,42
Латвія	4,47	4,4	4,25	4,05	4,13	4,24	4,34	4,39	4,49	4,31
Естонія	4,82	4,74	4,67	4,56	4,6	4,61	4,64	4,65	4,71	4,67
США	5,79	5,67	5,74	5,59	5,43	5,42	5,46	5,54	5,54	5,58
Китай	4,55	4,56	4,69	4,73	4,83	4,89	4,82	4,83	4,89	4,75

*Примітка: побудовано на основі даних звітів, які публікують після проведення Міжнародних економічних форумів протягом періоду з 2007 по 2015 рр.*

Як бачимо, за середнім значенням індексу конкурентоспроможності Україні поступається тільки Грузія. В той час країни, із надбавато нижчим ресурсним забезпеченням та не надто вигідним розташуванням з точки зору логістики взаємовідносин між Сходом та Заходом, є значно більш конкурентоспроможними. Проте, варто зазначити, що значення даного індексу не надто адекватно відображають дійсне співвідношення виробничих потужностей країн. Оскільки середнє значення індексу конкурентоспроможності Китаю та Естонії є близькими, що на практиці не зовсім відповідає реальності. На рис. 1 представлено динаміку значень індексу конкурентоспроможності України у порівнянні із динамікою середніх значень даного індексу для країн, які функціонують у подібних до вітчизняних економічних і політичних умовах.

Якщо розглянути рис. 1, то можна відмітити те, що рівень конкурентоспроможності України є значно нижчий ніж у інших країн, які стикають з подібними до національних політичних проблем. Причому складна політична ситуація та війна на сході України, не позначились негативно на досліджуваному показнику. Навпаки, протягом 2012-2015 спостерігаються високі значення, що свідчить про наявність потенціалу до подальшого зростання.



**Рис. 1. Динаміка індексу конкурентоспроможності України у порівнянні із динамікою середніх арифметичних індексів країн, що функціонують у подібних до вітчизняних політичних та економічних умовах**  
Примітка: побудовано на основі даних звітів, які публікують після проведення Міжнародних економічних форумів протягом періоду з 2007 по 2015 рр.

Коренем проблем вітчизняної економіки є відсутність продуктивних реформ у сфері реалізації заходів уряду на комплексне удосконалення системи державного регулювання та контролю за відкриттям та здійснення підприємницької діяльності. Вітчизняна економіка програв за рівнем конкурентоспроможності через труднощі, пов'язані із започаткуванням власної справи. Так, якщо розглянути динаміку індексу «Doing Business», індексу який відображає то наскільки легко в країні здійснювати підприємницьку діяльність і щорічно публікується Світовим Банком, то можна відзначити, що за даним показником Україна поступається багатьом державам сусідам та країнам, які функціонують у подібних до вітчизняних політичних та економічних умов. У табл. 2 представлено динаміку індексу «Doing Business» протягом періоду з 2009 по 2016 рр.

Як бачимо з табл. 2, незважаючи на низьке значення індексу конкурентоспроможності, у рейтингу «Doing Business» зростання, яке спостерігається для України є найбільшим у порівнянні із досліджуваними країнами. Тому, можна підсумувати про наявність високого потенціалу щодо зростання економіки у майбутньому та великих інвестицій у медицину, освіту, оборонну сферу, що і покращить рівень конкурентоспроможності України та підприємств, які функціонують на її території.

**Таблиця 2.**  
**Динаміка індексу «Doing Business» за період з 2009 по 2016 рр. для України та деяких інших країн**

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Середнє арифметичне	Абсолютна зміна за 20
Україна	39,69	44,21	44,35	48,87	58,14	61,83	62,77	63,9	52,97	24,21
Білорусь	51,88	54,07	58,99	62,28	65,02	71,31	70,89	74,13	63,57	22,25
Росія	54,93	54,32	56,66	58,93	66	71,25	73,2	73,19	63,56	18,26
Польща	62,96	64,98	65,77	71,76	73,92	75,66	77,04	77,81	71,24	14,85
Румунія	64,06	63,76	63,81	65,29	65,78	74,44	74,12	74,26	68,19	10,2
Грузія	74,18	76,61	79,31	81,55	82,09	77,01	77,72	80,2	78,58	6,02
Азербайджан	62,38	62,37	63,54	64,3	65,74	66,65	67,84	67,99	65,10	5,61
Угорщина	65,39	67,2	66,94	66,92	66,92	72,36	72,74	73,07	68,94	7,68
Туреччина	65,29	65,33	66,04	66,9	68,52	69,96	67,3	67,19	67,07	1,9
Литва	73,42	73,45	74	74,02	75,88	77,6	78,6	78,84	75,73	5,42
Латвія	73,35	73,88	76,93	77,08	78,24	78,29	79,14	80,61	77,19	7,26
Естонія	75,97	76,32	75,96	75,59	76,29	80,44	81,01	81,05	77,83	5,08
США	85,72	85,72	85,65	84,94	82,14	81,96	82,46	82,45	83,88	-3,27
Китай	56,52	59,45	58,58	59,94	61,13	63,14	62,86	64,28	60,74	7,76

Примітка: побудовано на основі даних Світового Банку

Якщо детально розглянути значення представлені у табл. 2, можна відзначити, що незважаючи на швидку динаміку до зростання, для України значення індексу «Doing Business» залишається найнижчим у порівнянні з іншими країнами. На рис. 2 представлена порівняльна динаміка значення індексу «Doing Business» для України та середнього арифметичного країн, що функціонують у подібних до вітчизняних політичних та економічних умовах.

Як бачимо з рис. 2, динаміка індексу «Doing Business» є зростаючою і такою, що наближається до середніх значень по інших країнах. Це свідчить про наявність потенціалу до економічного зростання у майбутньому. Варто зауважити, що прогноз Світового Банку стосовно зростання ВВП у 2017 р. становить 1,5 %, тому можна стверджувати, що Україна у найближчих перспективних періодах може стати об'єктом уваги з боку великих міжнародних інвесторів. Це може сприятливо позначитися на конкурентоспроможності країни та підприємств, які функціонують на її території.

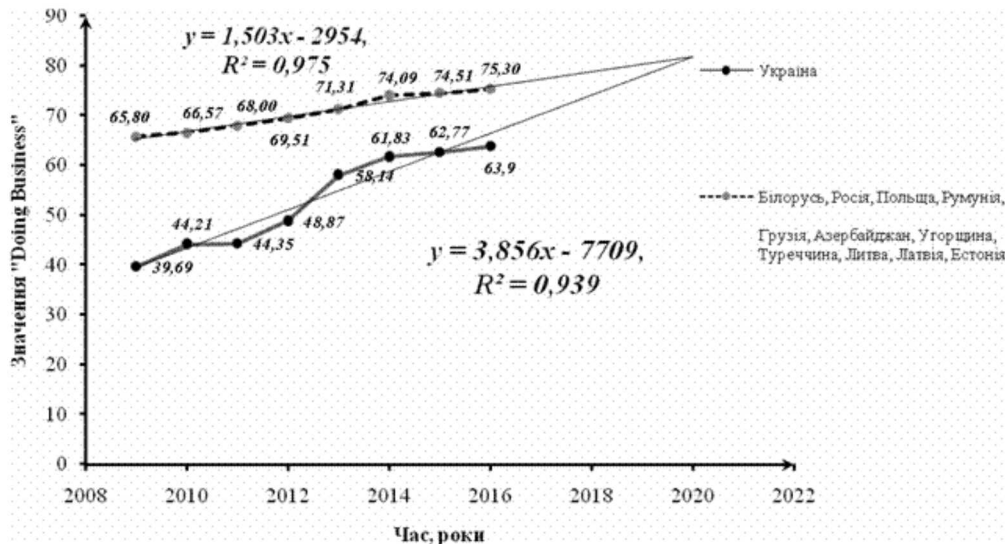


Рис. 2. Динаміка індексу «Doing Business» та середні арифметичні значення даного показника для деяких інших країн із схожими до національних політичними та економічними умовами  
Примітка: побудовано на основі даних Світового Банку

Таким чином, на основі аналізування рівня конкурентоспроможності України, можна відзначити, що вітчизняна економіка значно поступається багатьом іншим країнам, проте спостерігається тенденція до покращення умов ведення бізнесу, що може сприятливо позначитись на конкурентоспроможності вітчизняних суб'єктів господарювання у перспективі.

Проведений аналіз доводить необхідність глибокого дослідження рівня конкурентоспроможності України, що варто розпочати із вивчення складових даного поняття та виявлення можливостей для формування напрямків щодо удосконалення конкурентоспроможності вітчизняних товарів на міжнародних ринках. Дане дослідження слід проводити не тільки на макrorівні, а й на рівні окремих підприємств. Тому доцільним є визначення сутності поняття конкурентоспроможності товарів.

Продукція характеризується двома вагомими складовими: ціна і якість. Значення ціни впливає на попит на певний товар та визначає рівень прибутковості підприємств, що у свою чергу визначає його можливості щодо довготермінового зростання у перспективі. Якість товару являється сукупністю всіх властивостей товару. Рівень якості продукції впливає не тільки на попит, а на її доступність на певних ринках, оскільки часто для вільного розповсюдження тих чи інших товарів обов'язковим є наявність сертифікату якості. Якщо ранжувати ціну і якість на основі двох станів: висока, низька, то можна отримати чотири рівні конкурентоспроможності товару (рис. 3).



Рис. 3. Схематичне представлення стану рівня конкурентоспроможності товару в залежності від ціни і якості  
Примітка: отримано автором на основі аналізування літературних джерел

Порівняння ціни продукції здійснити не складно, оскільки даний показник можна представити як абсолютне значення. Проте вимірювання якості являється складовою конкурентоспроможності, при оцінюванні якої важко отримати об'єктивне значення. Тому при вимірюванні якості слід орієнтуватись на потреби споживачів. Найбільш якісний товар – це товар, який найкраще відповідає бажанням споживчої аудиторії. Тому, при вимірюванні якості продукції доцільно використовувати методи анкетування та експертного опитування, на основі яких можна детально визначити актуальні потреби споживача та встановити наскільки якісні характеристики досліджуваного товару відповідають необхідним вимогам.

Якщо детально розглянути рис. 3, то можна відзначити, що найбільш конкурентним товаром буде продукція, яка потрапляє у сегмент «низька ціна – висока якість». Проте потрапити у даний сегмент надзвичайно складно, оскільки забезпечення високої якості із збереженням низької ціни на практиці часто неможливо. Тому розташування значної кількості товарів на ринку може бути на межі між двома сегментами, що відбувається тоді коли підприємство шукає оптимальне співвідношення між якістю та ціною з точки зору потреб споживачів. Тому рівень конкурентоспроможності товару можна представити як функцію від ціни і якості.

$$C = f(P, Q),$$

$$C \rightarrow \frac{1}{P},$$

$$C \rightarrow Q.$$

(1)

де  $C$  – рівень конкурентоспроможності товару, част. од.;  $P$  – ціна продукції, ум. од.,  $Q$  – рівень якості продукції, вимірний у формі певного коефіцієнта, част. од.

Таким чином, можна навести декілька визначень конкурентоспроможності. 1. Конкурентоспроможність товару – це здатність товару зберегти частку на ринку при зменшенні якості і зростанні ціни.

2. Конкурентоспроможність товару – це потенційна можливість товару збільшити частку на ринку при зменшенні ціни і/або збільшенні якості.

Варто зауважити, що приведені тлумачення конкурентоспроможності не включає великої кількості чинників, які можуть мати вплив на попит на певний товар. До них можна віднести успішність маркетингових заходів підприємства, етап життєвого циклу галузі, етап життєвого циклу підприємства, рівень інновацій, які впроваджуються на підприємстві, кількість гравців на ринку тощо. Більшість даних факторів випливають із єдиної наукової категорії – інтегрованості ринків:

- рівень успішності маркетингових заходів залежить від того наскільки успішним є маркетинг підприємств-конкурентів, що в умовах глобалізації та інтернаціоналізації ринків, розширює або звужує потенціал підприємства що збільшення обсягів реалізації;

- етап життєвого циклу галузі і самого підприємства залежать від того наскільки продукція, яку пропонує галузь відповідає актуальним потребам споживачів, що в умовах інтегрованості ринків переносить конкуренцію між товарами на міжгалузевий або інтернаціональний рівень;

- за умови високої інтегрованості ринків, кількість гравців, які діють у певній галузі може змінюватись, що зумовлено відсутністю вхідних і вихідних бар'єрів.

Таким чином, значення ціни і якості у історичному аспекті є динамічними, оскільки на ринок може вийти новий гравець, який запропонує товар найвищої якості, що може вплинути рівень конкурентоспроможності іншої продукції, яка виробляється у певній галузі. Найбільш повно дані чинники розглянуто М.Потером, чотири сили якого відображають стан конкуренції у певній галузі. Проте окрім факторів Портера, варто враховувати також етапи життєвого циклу галузі і підприємства. Це зумовлено, тим що поведінка підприємств може змінюватись в залежності того на якому етапі розвитку вони знаходяться. Фактори, які можуть впливати на оптимальне співвідношення ціни і якості для товарів у певній галузі представлено на рис. 4.

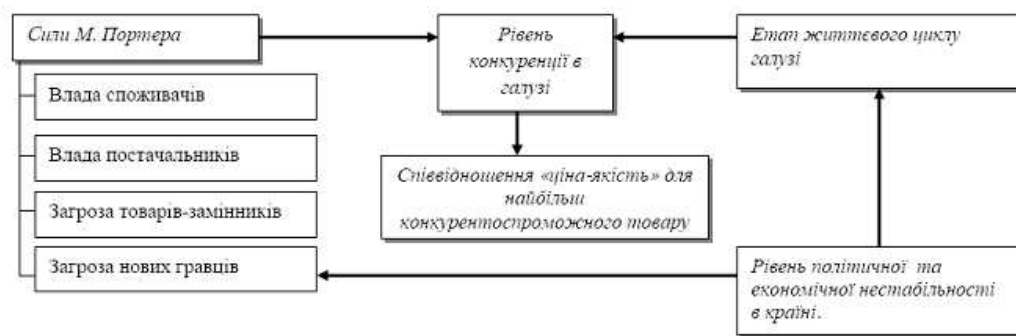


Рис. 4. Фактори, які впливають на співвідношення «ціна-якість» для найбільш конкурентоспроможного товару в галузі

Примітка: побудовано автором на основі аналізування літературних джерел.

Таким чином, можна підсумувати, що тлумачення конкурентоспроможності товару слід розглядати на основі дослідження співвідношення його ціни і якості, що у свою чергу, приводить до необхідності врахування чинників, які впливають на рівень конкуренції в галузі, оскільки в залежності від кількості гравців та влади постачальників і споживачів, оптимальне співвідношення ціни і якості для певного товару може змінюватись.

**Висновки.** В наслідок написання статті проведено аналізування літературних джерел за проблематикою сутності поняття конкурентоспроможності. Здійснено дослідження тенденцій, які притаманні для вітчизняної економіки у сфері її конкурентоспроможності. Це дало змогу запропонувати власне тлумачення сутності поняття конкурентоспроможності товару та встановити перелік факторів, які впливають на рівень конкурентоспроможності товарів. Слід зауважити, що у статті визначено, що на конкурентоспроможність товарів слід розглядати у контексті інтегрованості ринків, оскільки сучасні ринки розвивають в умовах посилення процесів глобалізації та інтернаціоналізації.

До перспектив подальших досліджень слід віднести необхідність аналізування рівня конкурентоспроможності товарів в умовах інтегрованості ринків. Це зумовлює доцільність визначення методології для аналізу та дослідження рівня конкурентоспроможності вітчизняних товарів.

#### Література.

1. Азоев Г.Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г.Л. Азоев, А.П. Челенков/ - М.: Тип.Новости, 2000.-С. 256.
2. Должанський І.З. Конкурентоспроможність підприємства / І.З. Должанський, Т.О. Загорна/. - К.: Центр навчальної літератури, 2006. - С. 384.
3. Мазаракі А.А. Економіка торговельного підприємства /А.А. Мазаракі, Л.О. Лігоненко, М.М. Ушакова; за ред. М.М. Ушакової./ - К.:Хрещатик, 1999.- С. 707.
4. Шевельова С.О. Конкурентоспроможність молочного підкомплексу [С.О. Шевельова]. Монографія – Тернопіль: Збруч, 2001. – С. 408.
5. Близнюк С.В, Остапенко А.В. Конкурентний потенціал підприємництва як категорія сучасних економічних досліджень / С.В Близнюк, А.В. Остапенко / Інвестиції: практика та досвід.-2011. - №7. - С. 41-42.
6. Коломієць І.Ф. Підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства в системі факторів інтернаціоналізації / І.Ф. Коломієць / Конкуренція.-2007.-№ 3.-С. 16-26.
7. Зянько В. В. 3-99 Інноваційне підприємництво: сутність, механізми і форми розвитку. Монографія. – Вінниця: УНІВЕРСУМ – Вінниця, 2008. – 397 с.
8. Зозульов О. Маркетинг як основа інноваційної діяльності вітчизняних промислових підприємств / О. Зозульов, М. Базь, Т. Царьова // Маркетинг в Україні. – 2007. - № 4 (44). – С. 33-41.
9. Бравар Жан-Луи. Эффективный аутсорсинг : понимание, планирование и использование успешных аутсорсинговых отношений / Ж-Л. Бравар, Р. Морган ; пер. с англ. В.Денисов, – Д. : Баланс Бизнес Букс, 2007. С. XXII (Введение).
10. Хейвуд Дж. Брайан. Аутсорсинг: в поисках конкурентных преимуществ / Дж. Б. Хейвуд ; [пер. с англ.] – М. : Издательский дом «Вильямс», 2004., С. 20.
11. Аникин Б. А. Аутсорсинг и аутстаффинг : высокие технологии менеджмента : учеб. пособие для студ. вузов / Б. А. Аникин, И. Р. Рудая ; Государственный ун-т управления. – М. : ИНФРА-М, 2007. С. 6.
12. Porter, M. (1979) «How competitive forces shape strategy», Harvard business Review, March/April 1979.
13. Штерн К. Стратеги, которые работают: Подход VCG.3 / К. Штерн, Дж. Сток-мл ; [пер. с англ.] – М. : Издательство «Манн, Иванов и Фербер», 2007. – 496 с.

14. Гаевая Ю. Бизнес на вынос / Ю. Гаевая // Власть Денег. 2008. - №49 (206)., - С. 48 – 50.  
 15. Календжян С. О. Аутсорсинг и делегирование полномочий в деятельности компаний / С. О. Календжян ; Академия народного хозяйства при Правительстве РФ. – М. : Дело, 2003. С. 16-18

#### References.

1. Azoev, H.L.( 2000), *Konkurentnyye preymuschestva fyrmy*[Competitive advantages of enterprise], Typ.Novosty, Moscow, Russia.
2. Dolzhans'kyj, I.Z. (2006), *Konkurentospromozhnist' pidpryemstva* [Competitiveness of enterprice], Tsentr navchal'noi literatury, Kyiv, Ukraine.
3. Mazaraki, A.A., Lihonenko, , L.O. and Ushakova, M.M. (1999), *Ekonomika torhovel'noho pidpryemstva* [Economics of trade enterprise], Khreschatyk, Kyiv, Ukraine.
4. Shevel'ova, S.O. (2001), *Konkurentospromozhnist' molochnoho pidkompleksu* [Competitiveness of milk enterprise], Zbruch, Ternopil, Ukraine.
5. Blyzniuk, S.V, Ostapenko, A.V. (2011), “Konkurentnyj potentsial pidpryemnytstva iak katehoriia suchasnykh ekonomichnykh doslidzhen”” *Investytsii: praktyka ta dosvid*, vol. 7, pp. 41-42.
6. Kolomiets', I.F. (2007), “Pidvyschennia rivnia konkurentospromozhnosti pidpryemstva v systemi faktoriv internatsionalizatsii”, *Konkurentsii*, vol. 3, pp. 16-26.
7. Zian'ko, V. V. (2008), *Innovatsijne pidpryemnytstvo: sutnist', mekhanizmy i formy rozvytku*[Innovation enterprise: essence, mechanisms and forms of development], UNIVERSUM, Vinnytsia, Ukraine.
8. Зозульов О. Маркетинг як основа інноваційної діяльності вітчизняних промислових підприємств / О. Зозульов, М. Базь, Т. Царьова // Маркетинг в Україні. – 2007. - № 4 (44). – С. 33-41.
9. Bravar, Zh-L., Morhan, R. (2007), *Effektyvnyj autsorsynh : ponymanye, planyrovanye y yspol'zovanye uspesnykh autsorsynhovykh omoshenyj*[Effectiveness of outsourcing: consideration, planning, successful use outsourcing relations], Balans Byznes Buks, Donetsk, Ukraine.
10. Khejvud, Dzh. Brajan. (2004), *Autsorsynh: v poyskakh konkurentnykh preymuschestv*[Outsourcing: ways of searching of competitive advantages], Yzdateľ'skyj dom «Vyl'iams», Moscow, Russia.
11. Anykyn, B. A., Rudaia, Y. R., (2007), *Autsorsynh y autstaffynh : vysokye tekhmohyy menedzhmenta* [Outsourcing and outsuffering: high management technologies].INFRA-M, Moscow, Russia.
12. Porter, M. (1979), “How competitive forces shape strategy”, Harvard Business Publishing, Boston, USA.
13. Shtern, K. (2007), *Stratehy, kotorye rabotaiut*[Successful strategies], Mann, Yvanov y Ferber, Moscow, Russia.
14. Haevaia, Yu. (2008), “Byznes na vynos”, *Vlast' Deneh*, vol. 49, pp. 48 – 50.
15. Kalendzhian, S. O.(2003), *Autsorsynh y delehyrovanye polnomochyj v deiatel'nosty kompanyj*[Outsourcing and delegating], Delo, Moscow, Russia.

Стаття надійшла до редакції 24.02.2017 р.

