

УДК 656.078:338.48

JEL Classification 041:F20:L32

DOI: 10.31375 / 2226-1915-2018-1-31-44

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ТА НАПРЯМКИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ МОРСЬКОГО ТРАНСПОРТУ

Н.В. Ярова,

к.е.н., доцент, доцент кафедри «Економіка і фінанси»

igor.yarovoy@rambler.ru

О.В. Воркунова,

к.е.н., доцент, доцент кафедри «Економіка і фінанси»

i.ramazanov@gmail.com

Л.О. Неделко,

магістр 1 курсу спеціальності «051 Економіка»

ludanisimova1995@gmail.com

Ю.В. Дмитричак

магістр 1 курсу спеціальності «051 Економіка»

i.ramazanov@gmail.com

Одеський національний морський університет, Одеса, Україна

Анотація. У статті наведені теоретичні основи поняття конкуренції, конкурентоспроможності підприємств та конкурентні переваги підприємств морського транспорту та представлені напрямки для підвищення конкурентного становища на ринку морського транспорту.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність підприємства, конкурентні переваги, напрямки підвищення, підприємства морського транспорту.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ И НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ МОРСКОГО ТРАНСПОРТА

Н.В. Яровая,

к.э.н., доцент, доцент кафедры «Экономика и финансы»

igor.yarovoy@rambler.ru

О.В. Воркунова,

к.э.н., доцент, доцент кафедры «Экономика и финансы»

i.ramazanov@gmail.com

Л.А. Неделко,

магистр 1 курса специальности «051 Экономика»

ludanisimova1995@gmail.com

Ю.В. Дмитричак

магистр 1 курса специальности «051 Экономика»

i.ramazanov@gmail.com

Одесский национальный морской университет, Одесса, Украина

Аннотация. В статье приведены теоретические основы понятия конкуренции, конкурентоспособности предприятий и конкурентные преимущества предприятий морского транспорта и представлены направления для повышения конкурентного положения на рынке морского транспорта.

© Ярова Н.В., Воркунова О.В., Неделко Л.О., Дмитричак Ю.В., 2018

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность предприятия, конкурентные преимущества, направления повышения, предприятия морского транспорта.

УДК 656.078:338.48

JEL Classification 041:F20:L32

DOI: 10.31375 / 2226-1915-2018-1-31-44

**THEORETICAL FOUNDATIONS AND DIRECTIONS
OF INCREASING THE COMPETITIVENESS OF MARINE TRANSPORT ENTERPRISES**

N.V. Yarovaya,

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department «Economics and Finance»
igor.yarovoy@rambler.ru

O.V. Vorkunova,

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department «Economics and Finance»
i.ramazanov@gmail.com

L.A. Nedelko,

Master of 1 course of specialty «051 Economics»
ludanisimova1995@gmail.com

Y.V. Dimitrichyak

Master of 1 course of specialty «051 Economics»
i.ramazanov@gmail.com

Odessa National Marine University, Odessa, Ukraine

Abstract. *The theoretical basis of the notion of competition, competitiveness of enterprises and competitive advantages of maritime transport enterprises are presented in the scientific article and directions for increasing the competitive position in the maritime transport market are presented.*

The competitiveness of an enterprise is one of the most important categories of a market economy and characterizes the possibility and efficiency of the enterprise's adaptation to the conditions of a competitive environment. In the Ukrainian economy, a competitive environment is developing, it requires the companies of the marine industry to search for new forms and methods of competitive struggle, the implementation of which in the complex determines the high requirements for competitiveness, the achievement of sustainable competitiveness of the enterprise's advantages. The national economy must be a branched, balanced complex. Therefore, the state should ensure the proportionality of the development of maritime transport, preserve or restore the structure-forming enterprises, ensure their protection against destructive external influences, help improve the structure of the economy and increase its efficiency. Currently, the market is oversaturated by enterprises that create similar products or services, but only those that have the most beneficial competitive advantages compared to other marine enterprises. Thus, this study of ways to increase the competitiveness of a marine transport enterprise is important.

Competitiveness of an enterprise is the ability to produce and sell its products quickly, cheaply, qualitatively, sell it in sufficient quantities, with a high technological

level of service. Competitiveness of an enterprise is the ability to effectively manage its own and borrowed resources in a competitive market. The concept of competitiveness includes a large set of economic, legal and other characteristics that determine the position of an enterprise on a sectoral, regional or global market. This complex may include a description of the goods, due to the scope of production, as well as factors that form the overall economic conditions for production and marketing of products. The level of competitiveness of an enterprise is a mirror in which the cumulative results of the work of virtually all enterprise services are reflected, as well as the state of the external environment.

The competitiveness of an enterprise depends on a number of factors that objectively affect the enterprise, as well as subjective factors that depend on the management team of the enterprise, the organization, and the purposefulness of the work related to ensuring competitiveness. The problem of increasing competitiveness has several aspects: technological, organizational, economic, social, legal and commercial. And although they all form a unified system for ensuring the competitiveness of products or services, there is a certain priority in resolving the issues of each aspect. The development of the activity of transport enterprises involves researching and taking into account the specifics of the competitive situation in the transport services markets from all sides.

Keywords: *competition, competitiveness of the enterprise, competitive advantages, directions of increase, enterprises of sea transport.*

Постановка проблеми. Конкуренентоспроможність підприємства є однією з найважливіших категорій ринкової економіки і характеризує можливість та ефективність адаптації підприємства до умови конкурентного середовища. В українській економіці відбувається становлення конкурентного середовища, яке вимагає від підприємств морської галузі пошуку нових форм і методів ведення конкурентної боротьби, реалізації яких у комплексі визначає високі вимоги до конкурентоспроможності, досягнення стійких конкурентних переваг підприємства. Національна економіка має бути розгалуженим, збалансованим комплексом. Тому держава повинна забезпечувати пропорційність розвитку морського транспорту, зберігати або знов створювати структуроутворюючі підприємства, забезпечувати їхній захист від руйнівної зовнішньої дії, сприяти поліпшенню структури

економіки і підвищенню її ефективності.

В даний час ринок перенасичений підприємствами, які створюють аналогічну продукцію чи послуги, але втримуються лише ті, які мають найвигідніші конкурентні переваги відносно інших морських підприємств. Тому дане дослідження стосовно шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємства морського транспорту є актуальним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. При досить широкій вивченості теоретичних та практичних основ конкурентоспроможності, питання конкурентоспроможності підприємства морського транспорту не отримали поки ще належного висвітлення в наявній на сьогоднішній день літературі.

Проблема конкурентоспроможності складна і багатопланова. У роботах А. Сміта «дослідження про

природу й причину багатства народів» [10] розглядається конкуренція як суперництво між продавцями та покупцями за найбільш вигідні умови продажу і купівлі. Новизна теорії конкуренції А. Сміта полягала в тому, що він уперше сформулював головний принцип конкуренції – принцип «невидимої руки», відповідно до якого «смикаючи» за ниточки маріонеток-підприємців, «рука» змушує їх діяти відповідно до якого-небудь «ідеального» плану розвитку економіки, безжалісно витіснити фірми, зайняті виробництвом непотрібної ринку продукції.

Ф.А. Хайек у своїх роботах стверджує, що «суспільства, які покладаються на конкуренцію, успішніше за інших досягають своєї мети» [8].

За класичним визначенням М. Портера конкурентоспроможність підприємства є відображенням відносного рівня ефективності використання усіх видів наявних у цього підприємства виробничих ресурсів. Конкурентоспроможність є порівняльною характеристикою підприємства, яка відбиває різницю між рівнем ефективності використання на ньому всіх видів ресурсів порівняно до аналогічних показників інших підприємств певної однорідної групи [13].

З точки зору Р.А. Фатхуддінова конкурентоспроможність – це важлива системна ознака певного об'єкту, яка характеризується мірою реального або потенційного задоволення ними існуючої конкурентної потреби (призначення об'єкту) в порівнянні з аналогічними об'єктами, представленими на даному ринку (в певній сфері людської діяльності). Залежно від об'єкту оцінки пропонується

розрізняти конкурентоспроможність продукції (товару або послуг), конкурентоспроможність підприємства, конкурентоспроможність галузі і конкурентоспроможність національної економіки [14].

Й. Шумпетер також здійснив суттєвий вклад у розвиток теорії конкуренції, визначивши, що досконала конкуренція для суспільства – це стимул для механізації витрат і максимального наближення оплати праці до її граничної продуктивності. Ефективна конкуренція, за Шумпетером, можлива тільки за умов економічної динаміки [17].

Аналіз публікацій закордонних і вітчизняних учених по розглянутій проблемі показав, що конкурентоспроможність відображає комплексне поняття, яке включає такі аспекти, як спроможність підприємства продавати конкурентну продукцію; вміння розробляти стратегію, яка забезпечує високий рівень конкурентоспроможності підприємства; наявність добре налагодженого організаційно-управлінського механізму, який може виконати поставлене завдання; орієнтацію діяльності підприємства на ринок і систематичну співпрацю зі споживачами; високу професійну підготовку персоналу; вміння реагувати на зміни зовнішнього середовища.

Всі автори згодні з одним з одним лише в тому, що конкурентоспроможність – це порівняльна, а тому відносна оцінка властивостей товару або послуг.

Мета дослідження. Метою статті є дослідження сутності поняття «конкуренція» та «конкурентоспроможність підприємства», поглиблення вивчення напрямків підвищення конкурентоспроможності підприєм-

ства морського транспорту в сучасних умовах.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ключовим поняттям, що виражає сутність ринкових відносин, є поняття конкуренції. Ефективність господарювання суб'єктів економіки значним чином залежить від розуміння природи конкуренції, форм її прояву, методів конкурентної боротьби і чинників, що визначають готовність суб'єктів економіки до такої боротьби.

Конкуренція походить від латинського «*conspicentia*», що означає «зіткнення», «змагання» [16. С. 128]. За американським тлумачем Merriam Webster's Collegiate Dictionary конкуренція означає боротьбу двох чи більше сторін, які діють незалежно одна від одної для захисту свого бізнесу шляхом забезпечення найбільш сприятливих умов для споживача. Саме це трактування як перший підхід до визначення конкуренції утворилося в економічній теорії.

У процесі зміни ситуацій на ринку можуть виникати різні варіанти зміни стану конкуренції між підприємствами:

- конкуренція підсилюється зі збільшенням кількості підприємств, що суперничають, або в процесі, коли попит на товар падає;

- конкуренція підсилюється, коли умови господарювання в галузі штовхають підприємство на зниження ціни або на застосування інших засобів збільшення обсягу продажу;

- конкуренція підсилюється, коли витрати покупців при переході зі споживання однієї марки на інші невеликі;

- конкуренція підсилюється

ся, коли витрати на вихід з ринку великі, або існують інші бар'єри;

- в якості підприємств розрізняються значною мірою й у більшості відкриті.

На рис. 1 представлені наступні види конкуренції з позиції впливу на споживача й використання коштів конкурентної боротьби.

Конкуренція виступає важливою рушійною силою розвитку економічної системи, складовою частиною її господарського механізму, стає економічною основою, яка вимагає чіткого регулювання з боку держави, що повинно відобразитися в законодавчих документах. Закон України «Про захист економічної конкуренції» містить таке поняття конкуренції: «Економічна конкуренція (конкуренція) – змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання мають можливість вибрати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначити умови обороту товарів на ринку» [6].

Проблема підвищення конкурентоспроможності стосується практично всіх сторін життя суспільства. Конкурентоспроможність продукції відображає сукупність властивостей, що вказують на сутність задоволення конкурентної потреби стосовно аналогічної продукції, яка репрезентована на ринку. Конкурентоспроможність у найширшому розумінні визначає можливість продажу товару або послуг на ринку в конкретний проміжок часу. Тлумачення терміну «конкурентоспроможність» досить різноманітне.



Рис. 1. Види конкуренції з позиції впливу на споживача й використання коштів конкурентної боротьби

Джерело: складено на основі [7; 13; 14]

Конкурентоспроможність – синтетичний показник, який відбиває сукупний прояв багатьох факторів – від динаміки та рівня розвитку національної економіки до вміння організувати й керувати процесом формування якості й конкурентоспроможності в рамках будь-якої господарської одиниці. Разом з тим світовий досвід показує, що саме в умовах відкритої ринкової економіки, яку не можливо уявити без гострої конкуренції, з'являються фактори, які роблять конкурентоспроможність умовою виживання товаровиробників, економічного процвітання країни.

Конкурентоспроможність підприємства – здатність виробляти й реалізовувати свою продукцію швидко, дешево, якісно, продавати її в достатній кількості, при високому технологічному рівні обслуговування. Конкурентоспроможність підприємства – це можливість ефективно розпоряджатися власними й позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку.

Поняття конкурентоспроможності містить у собі великий комплекс економічних, правових та інших характеристик, що визначають положення підприємства на галузевому, регіональному або світовому ринку. Цей комплекс може включати характеристику товару, обумовлені сферою виробництва, а також фактори, що формують у цілому економічні умови виробництва і збуту продукції. Рівень конкурентоспроможності підприємства – дзеркало, в якому відображаються сукупні підсумки роботи практично всіх служб підприємства, а також стан зовнішнього довкілля.

Конкурентоспроможність підприємства залежить від низки чинників, які об'єктивно впливають на підприємство, а також суб'єктивних, які залежать від команди управління підприємства, організації, цілеспрямованості робіт, пов'язаних із забезпеченням конкурентоспроможності. Проблема підвищення конкурентоспроможності має кілька аспектів: технологічний, організаційний, економічний, соціальний, юридичний та комерційний. І хоча всі вони становлять єдину систему забезпечення конкурентоспроможності продукції чи послуг, існує певна черговість вирішення питань кожного з аспектів. Розвиток діяльності транспортних підприємств передбачає дослідження і врахування особливостей конкурентної ситуації на ринках транспортних послуг з усіх сторін.

Сьогодні конкуренція протікає із небаченою раніше масштабністю, динамізмом, гостротою й наступними особливостями.

1. Масштабність конкуренції обумовлена зростанням числа суперників на ринку, у яких з'явилися умови для діяльності в результаті роздержавлення й приватизації власності, розвитку підприємництва, доступності закордонних ринків, відкриття границь для іноземних товарів, лібералізація економіки.

2. Загострення конкуренції викликане тим, що поряд із монополіями, гігантськими корпораціями, акціонерними товариствами в боротьбу за ринки й покупців вступає більша кількість агресивних малих підприємств.

3. Відбувається швидке відновлення форм і методів конкуренції, підсилюється потік нових конкурен-

тоспроможних товарів, зростає значення нецінової конкуренції, з'являються нові ринки, йде суперництво за зниження витрат на виробництво й просування товарів до покупця, максимізацію прибутку, підвищення якості, надійності, сервісу пропонуванних товарів.

4. Ключовим фактором конкурентної боротьби стає сьогодні новизна, використання досягнень науково-технічного прогресу, впровадження інновацій в усі сфери виробництва й просування продукції до покупця, задоволення вимог споживача до інтелектуальності виробів. Прискорення технічного й технологічного прогресу зменшує строки реалізації комерційних ідей і веде до скорочення витрат, здешевленню товарів і зменшенню їхнього життєвого циклу.

5. Значний вплив на конкурентну боротьбу чинять нецінові фактори, такі як якість, надійність, сервіс, дизайн, жорсткість державних мір регулювання конкуренції, нові кошти комунікації, глобалізація й інтеграція ринків.

Фактори, що впливають на конкурентну боротьбу підприємства, представлено на рис. 2.

Розглянемо більш докладно ринок портових послуг, що являє собою сферу взаємодії підприємств портової діяльності і вантажовласників. У сучасних умовах ці господарські суб'єкти усе рідше вступають у прямі відносини між собою. Механізм їхньої взаємодії суб'єктів на інших ринках.

В залежності від виду конкурентного середовища на ринку портових послуг у ролі конкурентів можуть виступати підприємства портової ді-

яльності у випадку перевищення пропозиції над попитом або вантажовласники, коли попит перевищує пропозицію.

В даний час на ринку портових послуг сформулювалася ситуація, яка характерна для «ринку покупці», коли попит на портові послуги значно нижче пропускної спроможності портової системи України.

Якщо розглядати конкурентне середовище в межах портової діяльності, то основними його компонентами є кон'юнктура, бар'єри входу до ринку, бар'єри виходу з ринку і конкуренція конкурентів.

У конкурентній боротьбі на ринку портових послуг можуть використовуватися різні засоби.

Компанії, що володіють різними портовими терміналами, конкурують у масштабах одного чи ряду портів регіону. Їхніми цілями можуть бути оптимізація прибутку, збільшення ринкової частки та інші. Інструментами конкурентної боротьби є якість, вартість портових послуг тощо.

Морські торговельні порти конкурують у рамках портового регіону. Інструментами конкурентної боротьби, крім перерахованих вище, може бути можливість залучати державні і приватні інвестиції, ефективно формувати виробничі ресурси, пропонувати перевізникам і операторам різноманітні послуги тощо.

Рівень конкуренції залежить від ступеня свободи доступу на ринок. Пропозиція портових послуг практично незмінна, особливо для короткострокового періоду, через низькі темпи створення нових і неефективне використання наявних виробничих потужностей портів.

Розвиток сучасних терміналів вимагає значних територій. До цього «бар'єру на вході» додається необхідність значних інвестицій, що являють собою безповоротні витрати. «Бар'єри на вході і виході» сприяють процесам концентрації [5].

Конкурентоспроможність порту віддзеркалює міру відповідності організаційно-технічних, технологічних, економічних та інших характеристик продукції вимогам багато чисельної клієнтури, визначає частку ринку, що належить даному суб'єкту і перешкоджає перерозподілу відповідного ринку на користь інших транспортних підприємств. Розвиток діяльності транспортних підприємств передбачає всебічне дослідження і врахування особливостей конкурентної ситуації на ринках транспортних послуг [5].

Конкурентоспроможність виникає з ринкової позиції, що підприємство захищає сьогодні, і конкурентних переваг в майбутньому.

Конкурентні переваги – це будь-який чинник, що дозволяє підприємству досягти чудових фінансових результатів. Вважається, що конкурентна перевага – це чинник успіху та основна компетентність підприємства, які дають йому зверхність порівняно з ринковими конкурентами [4]. Існує також думка, що конкурентна перевага – це будь-яка ексклюзивна корисність, якою володіє підприємство та яка дає йому зверхність стосовно конкурентів.

Узагальнюючи наведені визначення, можна дати наступне визначення конкурентної переваги.

Конкурентна перевага підприємства – це будь-яка суттєва відмінність, якою володіє підприємство та

яка дає йому зверхність стосовно конкурентів.

Для досягнення поставлених завдань кожне підприємство морського транспорту повинно розробляти та впроваджувати конкурентні стратегії.

На думку науковців [1-3; 9; 12; 15], до роботи підприємств морського транспорту можна застосувати такі стратегії досягнення конкурентних переваг:

1. Стратегія «лідерство у витратах» (віолентна стратегія). Дана стратегія припускає прагнення до забезпечення більш низьких у порівнянні з конкурентами витрат. Це дозволяє або збільшити обсяг наданих послуг, утримуючи на ринку більш низькі ціни, або при збереженні середньоринкових цін одержувати більш високий прибуток від перевезень. Стратегія передбачає концентрацію зусиль підприємств на більш вигідних та перспективних сегментах ринку транспортної продукції.

2. Стратегія «диференціації продукції» (комутантна стратегія). Стратегія припускає прагнення до формування унікальності підприємства морського транспорту, в тому числі за допомогою виробництва унікальної продукції (наприклад, надання нових послуг вантажовласникам). Зазначена стратегія ґрунтується на можливостях транспортної продукції бути унікальною за певними критеріями якості і властивостями, тобто відповідає існуючому рівню індивідуалізації запитів клієнтів.

3. Стратегія «фокусування» (патентна стратегія). Дана стратегія припускає поєднання стратегії «лідерство у витратах» та «диференціації продукції» стосовно будь-якої про-

дукції підприємств морського транспорту та направлена на завоювання своєї ніші у вузькому сегменту ринку шляхом впровадження інновацій та нових технологій.

4. Стратегія переваг. Дана стратегія передбачає, що підприємства може більш якісно надавати послуги та бути першим підприємством у порівнянні з компанією-конкурентом.

5. Стратегія синергізму. Дана стратегія характеризує ситуацію, коли сукупний результат діяльності підприємства морського транспорту перевищує суму окремих ефектів по окремим напрямкам. Ефект синергізму необхідно враховувати при виборі діяльності компанії, планування та організації роботи компанії в умовах ринку.

Підприємства морського транспорту можуть слідувати в своїй роботі практично за будь-якою стратегією, що перераховані вище, але найбільш прийнятими для даної галузі господарювання є стратегія «лідерство у витратах», «диференціації продукції» та «фокусування» [3].

При обґрунтуванні вибору конкурентної стратегії кожне підприємство морського транспорту повинне враховувати такі фактори та окремі моменти:

- ризики (або недоліки) існуючих конкурентних стратегій [3];
- стратегія повинна забезпечувати завоювання кращих ринкових позицій, отримання вигід від конкурентної переваги, досягнення переваг над суперником на ринку;
- реалізація стратегії повинна дозволити досягнути найвищої прибутковості та зростання ринкової вартості, що може бути досягнуто шля-

хом підвищення ефективності процесу формування та розвитку потенціалу підприємств морського транспорту, яка включає до себе різні елементи;

- зовнішні умови функціонування та внутрішні можливості підприємств;
- відповідність генеральної стратегії підприємства морського транспорту.

Отже, обґрунтований вибір та реалізація адекватної стратегії дає можливість формувати конкурентні переваги, які не тільки можуть позитивно відобразитися на роботі підприємства, але й будуть мати достроковий характер, оскільки конкурентам, щоб добитися таких же переваг, знадобиться пройти значно тривалий шлях розвитку своїх ресурсів.

Таким чином, незважаючи на названі обмеження, формування стійких конкурентних переваг – це важливе завдання кожного підприємства морського транспорту. В умовах діяльності транспортних підприємств механізми управління перевагами повинні формуватися з врахуванням стратегічного і тактичного чинників.

Висновки. В сучасних умовах розвиток світової економіки супроводжується зростанням глобальної конкуренції, що зумовлює необхідність розробки концептуальних положень, методичних і практичних рекомендацій щодо формування організаційно-економічного механізму підвищення конкурентних можливостей підприємств морського транспорту на внутрішньому та міжнародному ринках в умовах глобалізації.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Абалонин С.М. Конкурентоспособность транспортных услуг: Учебное пособие / С.М. Абалонин. – М.: Академкнига, 2004. – 172 с.
2. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф; пер. с англ. С. Жильцов при содействии Э. Дж. Макдоннелл]. – СПб.: Питер, 1999. – 416 с.
3. Воркунова О.В. Организационно-методические основы обеспечения конкурентоспособности судоходных компаний Украины: дисс. канд. эконом. наук: 08.00.04. – Одесса, 2008. – 247 с.
4. Дж. О'Шонесси. Конкурентный маркетинг: стратегический подход / Дж. О'Шонесси: Пер. с англ. / Под. ред. Д.О. Ямпольской. – СПб.: Питер, 2001. – 864 с.
5. Жихарева В.В. Экономика морского транспорта: Учебн. пособие / В.В. Жихарева, О.Н. Кибик, Э. Муссо, Л. Карпането. – Одесса: Астропринт, 2004. – 258 с.
6. Закон України «Про захист економічної конкуренції» [Текст]: Закон України від 11.01.2001 р. № 2210–III // Відомості Верховної Ради України. – 2001. – № 12. – С. 64.
7. Кібік О.М. Проблеми розвитку конкурентного потенціалу економічної системи України / О.М. Кібік // Розвиток національних економік в контексті геоекономічних реалій та лібералізації зовнішньоекономічної діяльності: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції 22 травня, 2015 р., м. Одеса. – Одеса, 2015. – С. 33-35.
8. Кузьмін О.Є. Управління конкурентоспроможністю підприємства (організації): Навч. посібник / О.Є. Кузьмін, Н.І. Горбаль. – Львів: Вид-во Національного ун-ту «Львівська політехніка», 2004. – 188 с.
9. Минцберг Г. Школа стратегии / Г. Минцберг. – СПб., 2000. – 336 с.
10. Мурашко М.І. Менеджмент персоналу: Навч.-практ. посібник / М.І. Мурашко. – К.: Т-во «Знання», КОО, 2002. – 311 с.
11. Підвищення ефективності діяльності та конкурентоспроможності підприємств морегосподарського комплексу України: Монографія / Авт. кол.: В.В. Жихарева, Н.В. Дубовик, Ю.О. Наврозова]. – Одеса: КУПРІСНКО СВ, 2016. – 239 с.
12. Пономаренко В.С. Механизм управления предприятием: стратегический аспект / В.С. Пономаренко, Е.Н. Ястремская, В.М. Луцковский. – Харьков, 2002. – 252 с.
13. Портер М. Международная конкуренция [Текст] / М. Портер; пер. с англ. В.Д. Щетинина. – М.: Международные отношения, 1993. – 51 с.

14. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент / Р.А. Фатхутдинов. – М.: Маркетинг, 2002. – 892 с.
15. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р.А. Фатхутдинов. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 312 с.
16. Шериньова З.Є. Стратегічне управління: Підручник / З.Є. Шериньова. – К.: КНЕУ, 2004. – 700 с.
17. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития: Исследование предпринимательской деятельности [Текст] / Й.А. Шумпетер. – М.: Прогресс, 1982. – 456 с.
18. Яровая Н.В. Конкурентоспособность предприятий туристической отрасли / Н.В. Яровая, О.В. Воркунова, Н.С. Степанова // Развитие методів управління та господарювання на транспорті: Зб. наук. праць. – Одеса: ОНМУ, 2017. – № 3(60) – С. 85-103.
19. Яровая Н.В., Рябоволенко Н.В. Контроллинг как инструмент координации в принятии управленческих решений при ценообразовании / Н.В. Яровая, Н.В. Рябоволенко // Развитие методів управління та господарювання на транспорті: Зб. наук. праць. – Вып. 1(46). – Одеса: ОНМУ, 2014. – С. 39-53.
20. Yarovaya N.V. Controlling – coordination instrument for managerial decision-making on pricing / O.V. Vorkunova, N.V. Ryabovolenko // Edited volume SWORLD «Scientific research and their application in practice. Current status and ways of development `2014». – № 1. Volume I. – IVANOVO: MARKOVA AD, 2014. – Zit: 114-424. – P. 7-11. ISSN 2224-0187.

REFERENCES

1. Abalonin, S.M. (2004). Konkurentosposobnost transportnyh uslug [Competitiveness of transport services]. Moscow: Academic book [in Russian].
2. Ansoff, I. (1999). New corporate strategy. (S. Zhiltsov, Trans). St. Petersburg: Peter.
3. Vorkunova, O.V. (2008). Organizacionno-metodicheskie osnovy obespecheniya konkurentosposobnosti sudohodnyh kompanij Ukrainy [Organizational and methodological bases for ensuring the competitiveness of Ukrainian judicial companies]. Extended abstract of candidate's thesis. Odessa [in Russian].
4. O'Shonsey, J. (2001). Competitive Marketing: A Strategic Approach. Yampolskaya D.O. (Ed.). St. Petersburg: Peter.

5. Zhikhareva, V.V., Kibik, O.N., Musso, E., & Carpaneto, L. (2004). *Ekonomika morskogo transporta [Economy of sea transport]*. Odessa: The Astroprint [in Ukraine].
6. Zakon Ukraini «Pro zahist ekonomichnoyi konkurenciyi» [The Law of Ukraine «On the Zahist of Economical Competitions»]. (2001, 11 January). *Vidomosti Verhovnoyi Radi Ukraini – Vedomosti of the Verkhovna Rada of Ukraine [in Ukraine]*.
7. Kibik, O.M. (2015). *Problemi rozvitku konkurentnogo potencialu ekonomichnoyi sistemi Ukraini [Problems of development of competitive potential of the economic system of Ukraine]*. Development of national economies in the context of geoeconomic realities and liberalization of foreign economic activity: *Materiali Mizhnarodnoyi naukovopraktichnoyi konferenciyi (22 travnya 2015 roku) – Materials of the International Scientific and Practical Conference*. (pp. 33-35). Odessa [in Ukraine].
8. Kuzmin, O.E., & Horbal, N.I. (2004). *Upravlinnya konkurentospromozhnistyu pidpriyemstva (organizaciyi) [Managing the Competitiveness of an Enterprise (organization)]*. Lviv: Publishing house of the National University «Lviv Polytechnic» [in Ukraine].
9. Mintsberg, G. (2000). *Shkola strategii [School of Strategy]*. St. Petersburg [in Russian].
10. Murashko, M.I. (2002). *Menedzhment personalu [Personnel Management]*. Kiev: Partnership «Znannia» [in Ukraine].
11. Author's collective. (2016). *Increasing the efficiency of activity and competitiveness of enterprises of the Ukrainian seafaring complex*. Odessa: KUPRIEJKO SV: Author's collective.
12. Ponomarenko, V.S., Yastremskaya, E.N., & Lutskovsky V.M. *Mehanizm upravleniya predpriyatiem: strategicheskij aspekt [The mechanism of enterprise management: the strategic aspect]*. Kharkiv [in Russian].
13. Porter, M. *International competition*. (V.D. Shchetinin, Trans). Moscow: International Relations.
14. Fathutdinov, R.A. (2002). *Konkurentosposobnost organizacii v usloviyah krizisa: ekonomika, marketing, menedzhment [Competitiveness of organization in the conditions of crisis: economy, marketing, management]*. Moscow: Marketing [in Russian].
15. Fathutdinov, R.A. (2004). *Konkurentosposobnost: ekonomika, strategiya, upravlenie [Competitiveness: economy, strategy, management]*. Moscow: INFRA-M [in Russian].
16. Shershneva, Z.E. (2004). *Strategichne upravlinnya [Strategic management]*. Kyiv: KNEU [in Ukraine].
17. Schumpeter, J.A. (1982). *Teoriya ekonomicheskogo razvitiya: Issledovanie predprinimatelskoj deyatel'nosti [Theory of Economic Development: Business Research]*. Moscow: Progress [in Russian].
18. Yarovaya, N.V., Vorkunova, O.V., & Stepanova, N.S. (2017). *Konkurentosposobnost predpriyatij turisticheskoy otrasli [Competitiveness of enterprises in the tourism industry]*. *Rozvitok metodiv upravlinnya ta*

- gospodaryuvannya na transporti. – Development of methods of management and management of transport, 3 (60), 85-103 [in Russian].*
19. Yarovaya, N.V.& Ryabovolenko, N.V. (2014). *Kontrolling kak instrument koordinacii v prinyatii upravlencheskih reshenij pri cenoobrazovanii [Controlling as a tool for coordination in making managerial decisions when pricing]. Rozvitok metodiv upravlinnya ta gospodaryuvannya na transporti. – Development of methods of management and management of transport, 1 (46), 39-53 [in Russian].*
 20. Yarovaya N.V.& Vorkunova O.V. (2014). *Controlling – coordination instrument for managerial decision-making on pricing. Edited volume SWORLD «Scientific research and their application in practice. Current status and ways of development `2014», № 1. Volume 1, 7-11 [in English].*

Стаття надійшла до редакції 16.01.2018

Посилання на статтю / Reference a JournalArticle: Теоретичні основи та напрямки підвищення конкурентоспроможності підприємств морського транспорту / Н.В. Ярова, О.В. Воркунова, Л.О. Неделко, Ю.В. Дмитричак // Розвиток методів управління та господарювання на транспорті: Збірник наукових праць. – 2018. – № 1(62). – С. 31-44.