

Ж. В. Крючкова,

Дніпропетровський державний аграрно-економічний університет, м. Дніпропетровськ

СУТНІСТЬ КОНКУРЕНЦІЇ І КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ЕКОНОМІЧНИХ КАТЕГОРІЙ

J. Kryuchkova,

Dnipropetrovsk State Agricultural Economics University, Dnipropetrovsk

ESSENCE OF COMPETITION AND COMPETITIVENESS OF AGRICULTURAL ENTERPRISES AS ECONOMIC CATEGORIES

У статті здійснено дослідження економічних категорій "конкуренція" та "конкурентоспроможність" у сфері аграрних підприємств. Наведено порівняльний аналіз, дефініцію та систематизацію цих понять на основі поглядів різних вітчизняних, а також зарубіжних науковців.

In article research of the economic categories "competition" and "konkurentyability" in the sphere of the agrarian enterprises is executed. The provided comparative analysis, a definition and systematization of these concepts to a basis of domestic different views, and also foreign scientists.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність, економічна категорія, конкурентне середовище.

Key words: competition, competitive capacity, economic category, competitive environment.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

У сучасних умовах все більше уваги приділяється процесу світової глобалізації та питанням підвищення конкурентоспроможності, що є пріоритетним для розвитку національної економіки України. Зважаючи на непросту ситуацію, яка склалася в Україні, а саме: політичну та економічну кризу, важливим є розвиток різних сфер господарювання і насамперед аграрних підприємств. Низькі темпи техніко-технологічного оновлення виробництва, використання застарілих технологій, незавершені процеси адаптації до європейських вимог щодо якості та безпечності харчових продуктів, непоінформованість сільськогосподарських товаровиробників про кон'юнктуру ринків, нестабільність конкурентних позицій вітчизняної сільськогосподарської продукції на зовнішніх ринках — усі це стримує розвиток аграрних підприємств та економіку країни в цілому. Підвищення рівня конкурентоспроможності, розвиток конкуренції є основними чинниками розвитку вітчизняних товаровиробників.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Конкуренція та конкурентоспроможність є однією з основоположних економічних категорій. У витоків теорії та методології конкуренції стояли такі вчені, як К.Р. Макконнелл, С.Л. Брю, П. Діксон, М. Портер та інші. Їхні праці є науковою базою для теорії і практики конкуренції. Серед вітчизняних та зарубіжних вчених, у працях яких досліджуються різні аспекти конкуренції, варто виділити І. Ансоффа,

Г. Азоева, І. Вініченка, Ф. Горбоноса, Л. Дикань, С. Завадського, О. Карасьова, О. Савінову, В. Чернегу та інших [1—24].

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою статті є узагальнення поглядів, їх систематизація та конструктивний аналіз сутності понять конкуренція та суміжних з нею категорій таких, як: конкурентоспроможність, конкурентоспроможність підприємства, конкурентоспроможність продукції.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕНЬ

При визначенні сутності понять "конкуренція" та "конкурентоспроможність" існує ряд труднощів пов'язаних з тим, що у науковій літературі немає чіткого визначення цих категорій. Кожен науковець інтерпретує ці твердження по-своєму, спираючись на власні погляди та градацію важливості окремих складових елементів.

Слід розуміти, що поняття "конкуренція" та "конкурентоспроможність" не є тотожними і кожне потрібно розглядати окремо, у відповідності до складових яким вони належать. Важливість вивчення категорії "конкуренції" полягає в тому, що як економічне поняття і соціально-економічне явище вона стає актуальною в умовах світової інтеграції економічних систем.

Конкуренція (від лат. *concurere* — зіштовхуюсь) — це економічне суперництво між відокремленими виробниками

Таблиця 1. Аналіз дефініції "конкуренції", наведених в літературних джерелах

Автор	Зміст поняття
Г.Л. Азоєв	Конкуренція – це суперництво на якому-небудь поприщі між окремими юридичними або фізичними особами (конкурентами), зацікавленими в досягненні однієї й тієї ж мети [2, с. 5]
М.О. Ажнюк, О.С. Передрій	Конкуренція – це економічне суперництво між відокремленими виробниками продукції, робіт, послуг за завоювання ринку та отримання більшого прибутку. Без конкуренції ринкові відносини практично неможливі [1, с. 205]
Ф.В. Горбонос, Г.В. Черевко	Конкуренція є економічним змаганням виробників однакової продукції на ринку, спрямованим на залучення якомога більшої кількості споживачів, завдяки цьому - одержання максимальної вигоди [6, с. 66]
Б. Карлоф	Конкуренція – це процес управління суб'єктом своїми конкурентними перевагами з метою одержання перемоги або досягнення інших цілей у боротьбі з конкурентами за задоволення об'єктивних або суб'єктивних потреб у межах законодавства [17, с. 86]
К.Р. Макконелл, С.Р. Брю	Конкуренція – наявність на ринку великої кількості незалежних продавців і покупців, які мають можливість вільно входити на ринок та виходити з нього [21, с. 31]
М. Портер	Конкуренція – динамічний процес, що розвивається, безупинно мінливий ландшафт, на якому з'являються нові товари, нові шляхи маркетингу, нові виробничі процеси й нові ринкові сегменти [22, с. 11]

Джерело: узагальнено автором.

продукції, робіт, послуг за завоювання ринку та отримання більшого прибутку. Без конкуренції ринкові відносини практично неможливі [1, с. 205]. Велика кількість інтерпретацій поняття конкуренції, відображають її сутність та закони, за якими вона реалізується в нинішніх умовах господарювання. У таблиці 1 наведено погляди різних вчених стосовно визначення поняття "конкуренція".

Виходячи з аналізу трактувань категорії "конкуренція", можна зробити такі висновки:

1. Поняття "конкуренція", запропоновані різними авторами, не повною мірою відповідають вимогам системності й комплексності.

2. Різноманіття підходів до формулювання поняття, тобто не існує остаточної визначеності у питанні того, що саме являє собою конкуренція: ситуацію, процес або прагнення тощо.

3. Наведені поняття не охоплюють конкуренцію серед будь-яких соціальних, виробничих і біологічних систем.

4. Поняття не відображають конкуренцію як єдність статичної й динамічної суперництва, виживання систем у заздалегідь заданих або невизначених умовах.

5. Поняття не пов'язані із законодавством.

Отже, можна стверджувати, що конкуренція являє собою змагання між виробниками подібної продукції для її реалізації та отримання якомога більшого прибутку, вона слугує рушійною силою для розвитку ринку товарів і послуг. Конкуренція зобов'язує фірми створювати конкурентоспроможний товар або надавати конкурентоспроможну послугу.

Критерієм адаптації підприємства до нестабільних умов господарювання є рівень конкурентоспроможності, а тому

необхідно досліджувати взаємозв'язок між глобальною конкурентоспроможністю країни в цілому, підприємств, конкретних товарів. На сучасному етапі у вітчизняних підприємств існують такі проблеми у сфері визначення своєї конкурентоспроможності: політична та економічна криза, інфляція, низький рівень інформаційного забезпечення, відсутність чітких цілей та завдань оцінювання, інтуїтивний характер проведення оцінки.

Конкурентоспроможність є синтезом багатьох економічних категорій. У широкому розумінні конкурентоспроможність зумовлена економічними, соціальними, політичними чинниками, позиція країни або товаровиробника на внутрішньому та зовнішньому ринках. За умов відкритої економіки вона може визначатися і як здатність країни (підприємства) протистояти міжнародній конкуренції на власному ринку і ринках інших країн [23]. Загострення конкурентної боротьби за збут продукції в нестабільному середовищі, за місце на ринку змушує країни (підприємства) постійно шукати нові резерви, вимагає вдосконалення технологій з метою створення більш якісних товарів.

Оскільки в літературі є низка визначень конкурентоспроможності, але не сформовано загальний підхід щодо дослідження конкурентоспроможності різних об'єктів, то є необхідність проаналізувати поняття з єдиних системних і методичних позицій і уявлень про її сутність, конкретизуючи та доповнюючи зміст цього поняття для кожного з можливих об'єктів дослідження (табл. 2).

Розбіжності та різноманітність авторських позицій стосовно визначення поняття конкурентоспроможності пов'язані з:

Таблиця 2. Погляди авторів на трактування поняття "конкурентоспроможність"

Автор	Зміст поняття
Г. О. Воронін	Конкурентоспроможність – багатогранне поняття, яке включає в себе не тільки якісні та цінові параметри промислової продукції, але й залежить від рівня менеджменту, управління фінансовими потоками, інвестиційної та інноваційної складової в діяльності підприємства [5, с. 18]
А. Дементьєва	Конкурентоспроможність – це сукупність переваг і здатності суб'єкта в порівнянні з йому подібними в боротьбі за досягнення мети, характерної для них, в умовах дії законів певного навколишнього середовища (системи) [8, с. 65]
В. Л. Дикань	Конкурентоспроможність – це поєднання характеристик об'єкта, які визначають його місце в ієрархічній системі оцінок об'єктів, що до нього подібні [10, с. 30]
Б. Карлоф	Конкурентоспроможність - здатність забезпечити крашу позицію в порівнянні з конкуруючим підприємством [17, с. 24]
М. Портер	Конкурентоспроможність – це обумовлений економічними, соціальними та політичними факторами стан країни або окремого товаровиробника на внутрішньому та зовнішньому ринках [22, с. 51]
О. Савінова	Конкурентоспроможність – здатність у процесі суперництва досягати кращих результатів в деякій діяльності, сфері функціонування [23, с. 25]
В. Чернега	Конкурентоспроможність – це суб'єктивна і відносна категорія, яка фіксує результати порівнювання, тобто оцінює здатність задовольнити потреби на підставі встановлення ринкової привабливості продукції [24, с. 10]

Джерело: узагальнено автором.

Таблиця 3. Визначення економічної категорії "конкурентоспроможність підприємства"

Автор	Зміст поняття
Н. Грицишин	Конкурентоспроможність підприємства – це рівень компетентності підприємства у певній галузі, порівняльна перевага підприємства стосовно інших конкурентів, які діють у регіоні, країні та за її межами [7, с. 29-30]
М.П. Денисенко, А.П. Гречан, К.О. Шилова	Конкурентоспроможність підприємства – це комплексна порівняльна характеристика підприємства, яка відображає ступінь переваги сукупності оцінюваних показників діяльності, що визначають успіх підприємства на певному ринку за певний проміжок часу, по відношенню до сукупності показників конкурентів [9, с. 36]
А.В. Єрмак	Конкурентоспроможність підприємства – синтетична категорія, що характеризує здатність підприємства функціонувати та розвиватись відповідно до намічених стратегічних цілей, конкуруючи своїми товарами з іншими учасниками відповідного ринку обігу подібних за основним призначенням товарів у певному інтервалі часу, за існуючого рівня та характеру впливу факторів зовнішнього середовища, задовольняючи запити конкретної групи споживачів [12, с. 43]
І.М. Злидень	Конкурентоспроможність підприємства – це спроможність підприємства до отримання синергічного ефекту від раціонального використання конкурентних переваг [14, с.76].
С.М. Клименко, О.С. Дуброва	Конкурентоспроможним, зазвичай, є те підприємство, яке тривалий час може залишатися прибутковим в умовах ринкової економіки [18, с. 330]
О.С. Кузьмін, Н.І. Горбаль	Конкурентоспроможність підприємства – це здатність досягати конкурентних переваг над іншими підприємствами на конкретному ринку [20, с. 34]

Джерело: узагальнено автором.

— ототожненням конкурентоспроможності підприємства та конкурентоспроможності продукції або послуг;
 — масштабами розгляду конкурентоспроможності: на регіональному, національному або світовому ринку (підприємство, галузь, країна);
 — заміною одного поняття іншим (конкурентний статус, конкурентний рівень);
 — характеристикою будь-якої складової конкурентоспроможності підприємства: конкурентоспроможність виробничого, трудового потенціалу.

Отже, конкурентоспроможність — це сукупність факторів (якісні та цінові параметри продукції, менеджмент, управління фінансовими потоками, інвестиційна та інноваційна складові та інші) завдяки яким забезпечується провідне місце деякого класу об'єктів (товару, підприємства) серед інших подібних йому.

Ключовою ланкою дослідження конкурентоспроможності є саме конкурентоспроможність підприємства як окремого суб'єкта виробничо-господарської діяльності, на якому створюється товар, що може бути успішно реалізований завдяки маркетинговій стратегії та рекламній політиці.

Конкурентоспроможність підприємства є високодинамічною характеристикою: залежить не лише від стану даного підприємства, а й від відповідних параметрів інших підприємств-конкурентів; пов'язана зі змінами у зовнішньому та внутрішньому середовищі функціонування підприємства; формується в рамках існуючої розстановки сил на ринку і змінюється в результаті появи нового підприємства на ринку. Не можна говорити про абсолютну конкурентоспроможність підприємства: воно може бути конкурентоспроможним в своїй галузі на внутрішньому ринку й бути неконкурентоспроможним на міжнародних ринках.

За визначенням Г. Азоева, конкурентоспроможність підприємства — це здатність ефективно розпоряджатися власними й позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку, це результат його конкурентних переваг по всьому спектру проблем управління підприємством [2].

На думку П.С. Зав'ялова, конкурентоспроможність фірми — це можливість ефективної господарської діяльності та її практичної прибуткової реалізації в умовах конкурентного ринку. Реалізація забезпечується всім комплексом наявних у фірми засобів, включаючи маркетингові.

Погляди вчених на сутність економічної категорії "конкурентоспроможність підприємства" систематизовані в таблиці 3.

З вищеведеного можна зробити такі висновки:

- конкурентоспроможність підприємства є відносним поняттям і, відповідно, може мати різний рівень по відношенню до різних конкурентів;
- конкурентоспроможність підприємства тим вища, чим кращі його результати на міжнародних (глобальних) ринках;
- конкурентоспроможність підприємства — це результат ефективної господарської діяльності підприємства за умов конкурентного ринку;
- конкурентоспроможність підприємства розглядається як комплексна порівняльна характеристика підприємства;
- невід'ємною складовою конкурентоспроможності підприємства на ринку є маркетингова складова, а саме: задоволеність споживачів, позитивний імідж, наявність сильної торговельної марки тощо;
- конкурентоспроможність підприємства пов'язана зі змінами у зовнішньому та внутрішньому середовищі функціонування підприємства;
- формується в рамках існуючої розстановки сил на ринку і змінюється в результаті появи нового підприємства на ринку;
- потребує підвищення продуктивності використання його ресурсів;
- залежить від рівня конкурентоспроможності продукції, галузі;
- є результатом людського капіталу.

Отже, під конкурентоспроможністю підприємства варто розуміти міру реалізації його потенційних можливостей для забезпечення власних домінуючих переваг над конкурентами на конкретному ринку протягом певного періоду часу та в довгостроковій перспективі.

Підвищення рівня конкурентоспроможності аграрних підприємств, оптимізація їх функціонування і елементарне виживання в ринковому середовищі — одна з основоположних проблем сучасної української економіки. Від її рішення багато в чому залежить якість відтворювальних процесів, прибутковість підприємств, їх адаптація до ринкових умов і подальший економічний ріст.

Найважливішим складовим елементом конкурентоспроможності є якість продукції, проте це не ідентичні поняття. Параметри якості визначаються, як правило, з інтересів і реальних можливостей виробника, а параметри конкурентоспроможності — з інтересів і можливостей споживача. Якщо під якістю розуміється просто сукупність споживчих властивостей продукції, то конкурентоспроможність

Таблиця 4. Визначення економічної категорії "конкурентоспроможність продукції"

Джерело	Визначення
С.Б. Алексєєв	Конкурентоспроможність продукції – це економічна категорія, яка є результатом суб'єктивного співставлення покупцем споживацької користі у випадку купівлі товару даного підприємства із споживацькою користю аналогічних товарів фірм-конкурентів [3, с. 618]
М.О. Єрмолов	Конкурентоспроможність товару – це сукупність трьох складових: якості виробу; умов створення, збуту, сервісу товару, що визначає його вартість; реклами, засобів стимулювання продажу, товарного знаку, пакування, гарантій, іміджу фірми [11, с. 230]
Ю.Б. Іванов	Конкурентоспроможність товару – узагальнюючий показник життєстійкості підприємства, його вміння ефективно використовувати свій фінансовий, виробничий, технічний та трудовий потенціал [15, с. 24]
І. Кононенко	Конкурентоспроможним є товар, споживчі властивості і вартісні характеристики якого забезпечують йому комерційний успіх, тобто прибуткову реалізацію [19, с. 81]
Ю.А. Савінова	Конкурентоспроможність товару – все, що забезпечує переваги на зовнішньому ринку, сприяє успішному збуту в умовах конкуренції [23, с. 215]

Джерело: узагальнено автором.

характеризується відповідністю конкретної суспільної потреби. У цьому випадку при оцінці рівня конкурентоспроможності можливе зіставлення і неоднорідною продукції, яка задовольняє одну і ту ж потребу.

В умовах ринкових відносин актуальність управління якістю обумовлена необхідністю виробництва продукції, що має високу конкурентоспроможність. Необхідно чітко розуміти, що входить в поняття "конкурентоспроможність продукції" та які складові елементи є пріоритетними при визначенні даної економічної категорії. У таблиці 4 наведено думки вчених стосовно трактування категорії "конкурентоспроможність продукції".

Конкурентоспроможність продукції характеризується трьома групами показників: корисність (якість, ефект від використання та ін.); витрати споживача при задоволенні його потреб шляхом даного виробу (витрати на виробниче споживання, технічне обслуговування, ремонт, утилізацію та ін.); конкурентоспроможність пропозиції (спосіб просування продукції на ринок, умови поставки та розрахунків, канал збуту, сервісне обслуговування та ін.). Крім визнаних груп, параметри конкурентоспроможності продукції поділяються на технічні (технологічні властивості товару, які визначають межі його застосування; надійність, довговічність, потужність та ін.), нормативні (відповідність товару стандартам, технічним умовам, законодавству) і економічні (рівень витрат споживачів і утилізацію товару, тобто ціну споживання).

Перебуваючи у тісному зв'язку, категорії конкурентоспроможності товару та підприємства мають і суттєві відмінності:

По-перше, результати оцінки конкурентоспроможності продукції дійсні лише в короткостроковому періоді часу, у той час як конкурентоспроможність підприємства необхідно розглядати в довгостроковій перспективі.

По-друге, конкурентоспроможність продукції розглядається стосовно до кожного її виду, а конкурентоспроможність підприємства охоплює всю мінливу номенклатуру продукції, що випускається даним економічним суб'єктом.

По-третє, аналіз рівня конкурентоспроможності підприємства здійснюється ним самостійно, а оцінка конкурентоспроможності продукції переважно споживачами.

Отже, конкурентоспроможність продукції відображає його здатність більш повно відповідати запитам покупців порівняно з аналогічними товарами, представленими на ринку. Високий рівень конкурентоспроможності товару свідчить про доцільність його виробництва та можливості вигідного продажу. Разом з тим, конкурентоспроможність продукції повинна максимально врахувати вимоги та можливості конкретних груп покупців. Причини конкурентоспроможності товару необхідно шукати в конкурентних перевагах окре-

мих його характеристик, що є наслідком більш ефективного керування на етапах розробки, реалізації й експлуатації пропонуваної продукції.

ВИСНОВКИ

Економічні категорії "конкуренція" та "конкурентоспроможність" є базовими для визначення ефективності функціонування аграрного підприємства та визначення доцільності випуску й реалізації тієї чи іншої продукції. Формування конкурентоспроможності аграрного підприємства має здійснюватися шляхом створення системи агротехнічних та техніко-технологічних заходів виробництва аграрної продукції та її збуту, впровадження новітніх технологій переробки зберігання та реалізації аграрної продукції, впровадження проектів щодо відтворення та поліпшення ґрунтів сільськогосподарського призначення. Проте ці заходи є неможливими для впровадження в дію без наявності достатньої кількості висококваліфікованих працівників, високого рівня технічного оснащення та державного регулювання аграрного сектору країни.

Література:

1. Ажнюк М.О. Основи економічної теорії: навч. посіб. / М.О. Ажнюк, О.С. Передрій. — К.: Знання, 2008. — 368 с.
2. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика / Г.Л. Азоев. — М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. — 208 с.
3. Алексєєв С.Б. Теоретические аспекты конкурентоспособности предприятий // Экономика: проблемы теории та практики. Збірник наукових праць. Вип. 191: В 4 т. Т. II. — Дніпропетровськ: ДНУ, 2004. — С. 614—619.
4. Вініченко І.І. Еволюція підходів у дослідженні конкурентоспроможності / І.І. Вініченко // Агросвіт. — 2012. — № 8. — С. 3—6.
5. Воронин Г.О. О конкурентоспособности промышленных предприятий / Г.О. Воронин // Экономист. — 2004. — № 6. — С. 18.
6. Горбонос Ф.В. Теоретичні аспекти економічних взаємовідносин як основи кооперації в аграрному секторі / Ф.В. Черевко, Ф.В. Горбонос // Економіка України. — 2004. — № 8. — С. 63—71.
7. Грицишин Н. Конкурентоспроможність виробничого підприємства / Н. Грицишин // Галицький економічний вісник. — 2005. — № 1. — С. 29—34.
8. Дементьєва А. Конкурентоспроможність міжнародних компаній / А. Дементьєва // Маркетинг. — 2003. — № 3. — С. 64—67.
9. Денисенко М.П. Методика кількісної оцінки конкурентоспроможності підприємства швейної галузі / М.П. Денисенко, А.П. Гречан, К.О. Шилова // Економіка та держава. — 2005. — № 8. — С. 36—38.

10. Дикань В.Л. Обеспечение конкурентостойчивости предприятия / В.Л. Дикань. — Х.: Основа, 2005. — 168 с.

11. Ермолов М.О. Чем отличается конкурентоспособность фирмы от конкурентоспособности товара. Как продать товар на вашем рынке / М.О. Ермолов. — М.: Мысль, 1990. — 364 с.

12. Єрмак А.В. Конкурентоздатність підприємства: сутність поняття (проблематика питання) / А.В. Єрмак // Вісник "Економічної науки України". — 2005. — №1. — С. 41—44.

13. Завьялов П. Проблемы международной конкурентоспособности товаропроизводителей и пути их решения / П. Завьялов // Маркетинг. — 1997. — № 3. — С. 21—32.

14. Злидень І.М. Методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства / І.М. Злидень // Економіка: проблеми теорії і практики: Зб. наук. праць. — Дніпропетровськ: ДНУ, 2014. — Вип. 213: Т. I. — С. 75—81.

15. Иванов Ю.Б. Конкурентоспособность предприятия в условиях формирования рыночных отношений: монография / Ю.Б. Иванов. — Харьков: ХГЭУ, 1997. — 246 с.

16. Карасьов О.П. Формування конкурентоспроможності АПК України / О.П. Карасьов // Забезпечення сталого розвитку аграрного сектору економіки: проблеми, пріоритети, перспективи: матеріали VI Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції 29—30 жовтня 2015 р. — Дніпропетровськ: Типографія "Стандарт" (ПП Бойко В.В.), 2015. — С. 13—15.

17. Карлоф Б. Деловая стратегия / Б. Карлофф — М.: Экономика, 2006. — 296 с.

18. Клименко С. М. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навч. посіб. / С. М. Клименко, О.С. Дуброва, Д.О. Барабась, Т.В. Омеляненко та ін. — К.: КНЕУ, 2006. — 527 с.

19. Кононенко И. Метод экспресс-анализа конкурентоспособности продукции / И. Кононенко // Экономика Украины. — 1998. — № 2. — С. 80—83.

20. Кузьмін О.Є., Горбаль Н.І. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: підручник. / О.Є. Кузьмін, Н.І. Горбаль. — Львів: Компакт-ЛВ, 2005. — 304 с.

21. Макконелл К.Р., Брю С.Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика / Пер. с англ. 11-го изд. — К.: Хагар-Демос, 1993. — 785 с.

22. Портер Майкл Е. Стратегія конкуренції / Пер. з англ. А. Олійник, Р. Сільський. — К.: Основи, 1997. — 390 с.

23. Савінова Ю.М. Конкурентоспроможність підприємств та чинники, що її обумовлюють / Ю.М. Савінова // Вісник Української академії банківської справи. — 2003. — № 1 (14). — С. 94—97.

24. Чернега В.В. Формування механізму забезпечення стійкості підприємств на основі розвитку підприємництва: автореф. На здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.06.01 "економіка, організація і управління підприємствами" / В.В. Чернега. — Київ, 2006. — 19 с.

References:

1. Azhniuk, M. O. and Peredrij, O. S. (2008), *Osnovy ekonomichnoi teorii* [Bases of the economic theory], Znannia, Kyiv, Ukraine.

2. Azoev, G.L. (1996), *Konkurencija: analiz, strategija i praktika* [Competition: analysis, strategy and practice], Centr jekonomiki i marketinga, Moscow, Russia.

3. Alekseev, S.B. (2004), "Theoretical aspects of competitiveness of the enterprises", *Ekonomika: problemy teorii ta praktyku*, vol. 4 t. Tom II, pp.614—619.

4. Vinichenko, I.I. (2012), "Evolution of approaches to study of competitiveness", *Agrosvit*, vol. 8, pp. 3—6.

5. Voronyn, H. O. (2004), "About competitiveness of the industrial enterprises", *Economist*, vol. 6, pp. 18.

6. Horbonos, F. V. and Horbonos F. V. (2004), "Theoretical aspects of economic relations as the basis of cooperation in the agricultural sector", *Ekonomika Ukrainy*, vol. 8, pp. 63—71.

7. Hrytsyshyn, N. (2005), "Competitiveness of manufacturing installation", *Halyts'kyj ekonomichnyj visnyk*, vol. 1, pp. 29—34.

8. Dement'ieva, A. (2003), "Competitiveness international companies", *Marketynh*, vol. 3, pp. 64—67.

9. Denysenko, M.P. Hrechak, A.P. and Shylova, K.O. (2005), "Methods quantify the competitiveness of enterprises garment industry", *Ekonomika ta derzhava*, vol. 8, pp. 36—38.

10. Dikan', V.L. (2005), *Obespechenie konkurentostojchivosti predpriatija* [Ensuring the sustainability of the enterprise competition], *Osnova*, Kharkiv, Ukraine.

11. Iermolov, M.O. (1990), *Chym vidrizniaetsia konkurentospromozhnist firmy vid konkurentospromozhnosti tovaru. Yak prodaty tovar na zovnishnomu rynku* [What distinguishes the competitiveness of firms from competitive products. How to sell on the international market], Dumka, Moskov, Russia.

12. Yermak, A.V. (2005), "Competitiveness of the enterprise: conceptessence (question perspective)", *Visnyk Ekonomichnoi nauky Ukrainy*, vol. 1, pp. 41—44.

13. Zav'ialov, P. (1997), "Problems of the international competitiveness of producers and way of their decision", *Marketynh*, vol. 3, pp. 21—32.

14. Zlyden', I.M. (2014), "Methodical approaches to an assessment of competitiveness of the enterprises", *Ekonomika: problemy teorii i praktyky: Zb. nauk. prats'*, vol. 213: Tom I, pp. 75—81.

15. Ivanov, Ju.B. (2004), *Konkurentosposobnost' predpriatija: ocnka, diagnostika, strategija* [The competitiveness of enterprises: assessment, diagnosis, strategy], HNJeU, Har'kov, Ukraine.

16. Karasov, O.P. (2015), "Formation of competitiveness of agriculture of Ukraine", *Zabezpechennia staloho rozvytku ahrarynoho sektoru ekonomiky: problemy, priorytety, perspektyvy: materialy VI Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi internet-konferentsii*, pp. 13—15.

17. Karlof, B. (2006), *Delovaia strategija: kontseptsija, soderzhanie, simvoly* [The A-Z of Management Concepts and Models], *Ekonomika Publ.*, Moskov, Russia.

18. Klymenko, S.M. Omel'ianenko, T.V. Barabas', D.O. Dubrova, O.S. and Vakulenko, A.V. (2008), *Upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpryiemstva*, [Management of enterprise's competitiveness], KNEU, Kyiv, Ukraine.

19. Kononenko, Y. (1998), "Method of the express analysis of competitiveness of production", *Ekonomyka Ukrainy*, vol. 2, pp. 80—83.

20. Kuz'min, O.Ye. and Horbal', N.I. (2005), *Upravlinnia mizhnarodnoiu konkurentospromozhnistiu pidpryiemstva* [Management of international competitiveness of the enterprise], *Kompakt-LV*, Lviv, Ukraine.

21. Makkonell, K.R. and Briu, S.L. (1993), *Ekonomyks: pryntsyipy, problemy y polytyka* [Economics: Principles, Problems and Policies], *Khahar-Demos*, Kyiv, Ukraine.

22. Porter, Majkl E. (1997), *Stratehija konkurenciji* [Strategy of competitiveness], *Osnovy*, Kyiv, Ukraine.

23. Savinova, Yu.M. (2003), "Competitiveness of the enterprise and factors which characterize it", *Visnyk Ukrain's'koi akademii bankiv's'koi spravy*, vol. 14, pp. 94—97.

24. Chernenha, V.V. (2006), "Formation of the mechanism of ensure of enterprises' sustainability through the development of entrepreneurship", Ph.D. Thesis, Economics, organization and management of enterprises, National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine.

Стаття надійшла до редакції 16.06.2016 р.