

ЩОДО ВИЗНАЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СУТНОСТІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Наукові праці МАУП, 2014, вип. 42(3), с. 215–222

Основну увагу дослідження приділено визначенню економічної сутності та змісту конкурентоспроможності промислового підприємства на основі систематизації класифікаційних ознак.

Зростаюча глобалізація світової економіки вимагає постійного підвищення конкурентоспроможності національних промислових підприємств. Глобалізаційні процеси не оминули українську економіку, внутрішній ринок якої поступово стає все більш відкритим для потужних міжнародних компаній, які рухають капітал і товари в трансграничному масштабі.

Також, останнім часом, відбуваються значні зміни як в українському економічному просторі, так і міжнародному. Світова фінансово-економічна криза, вступ України до Світової організації торгівлі (СОТ), підписання Договору про асоціацію з ЄС – усі ці події обумовлюють актуальність дослідження проблем конкурентоспроможності українських підприємств на світовому ринку, оскільки зумовлюють появу як додаткових можливостей, так і ризиків.

Конкурентоспроможність як економічна категорія була об'єктом дослідження багатьох вчених. Спроби визначити її економічну сутність здійснювались як зарубіжними, так і вітчизняними науковцями. І хоча вони тривають не одне десятиліття, постійні зміни соціально-економічного устрою суспільства підтримують актуальність дослідження.

Більшість вчених починає вивчення конкурентоспроможності з рогляду поняття “конкуренція”. Одним з перших його запропонував А. Сміт, а його теорія конкуренції постійно вдосконалювалась Д. Рікардо, а також

Ф. Едجوуртом, Е. Чемберліном, Й. Шумпетером.

Крім конкуренції, звичайно, досліджувалась проблема виявлення “конкурентних переваг”, поняття “конкурентності” та інші, пов'язані з конкурентоспроможністю терміни. Ці дослідження здійснювались Г. Л. Азоєвим, І. Ансоффом, В. М. Гейцем, П. С. Зав'яловим, Б. Є. Кваснюком, М. Портером, В. П. Семиноженком, А. Стріклендом, Р. А. Фатхутдіновим, А. Ю. Юдановим.

У радянській економічній науці конкурентоспроможність вивчалась у рамках питань підвищення результативності та ефективності господарської діяльності.

Теорія конкурентоспроможності охоплює її вивчення стосовно товару, персоналу, підприємства, виду економічної діяльності, кластера, регіону, країни та їх об'єднання.

Отже, значна кількість наукових праць дає певне розуміння цьому поняттю, тому пропонується основну увагу приділити визначенню економічної сутності та змісту конкурентоспроможності промислового підприємства на основі систематизації класифікаційних ознак.

Поняття конкурентоспроможності промислових підприємств пов'язують з ефективністю їх функціонування. Основна передумова конкурентоспроможності промислових підприємств – виробництво та реалізація конкурентоспроможних товарів, що забезпечується та підтримується ефективною організацією роботи на ринку.

З цього погляду, конкурентоспроможність — це “поточне становище підприємства на ринку, у першу чергу, частка ринку і тенденція її зміни” [1]. Також конкурентоспроможність підприємства розглядають як “здатність здійснювати прибуткову діяльність в умовах конкурентного ринку” [2].

Тобто конкурентоспроможність притаманна тим господарюючим суб'єктам, які ефективно функціонують і забезпечують споживачів конкурентоспроможними товарами і послугами.

Р. А. Фатхутдінов визначає конкурентоспроможність підприємства як здатність витримувати конкуренцію порівняно з аналогічними об'єктами на даному ринку [3].

П. В. Забелін, Н. К. Моїсеєва вважають, що конкурентоспроможність підприємства — це його здатність приносити прибуток на вкладений капітал у короткостроковому періоді не нижче заданого, або вище його значення, порівняно із середньостатистичним прибутком у відповідній сфері економічної діяльності [4].

Існують пропозиції об'єднати в одне поняття “конкурентоспроможність” як товару, так і підприємства (Г. Л. Ігольніков і Є. Г. Патрушева) [5].

У своїй науковій праці економісти В. Д. Грибов, В. П. Грузинов, В. А. Кузьменко вводять поняття конкурентоспроможності підприємства як його переваги щодо інших підприємств певної галузі всередині країни та за її межами [6].

З погляду Н. С. Яшина, конкурентоспроможність підприємства (компанії) — це можливість і динаміка пристосування його до умов ринкової конкуренції [7].

Провідний американський фахівець М. Портер стверджує, що конкурентоспроможність компанії багато в чому визначається конкурентоспроможністю її економічного оточення, яке, у свою чергу, залежить від базових умов (загального ресурсу) і конкуренції в середині кластера. Економіст визначає конкурентоспроможність підприємства як здатність успішно оперувати на конкретному ринку (регіоні збуту) у певний проміжок часу шляхом випуску та реалізації конкурентоспроможних виробів і послуг [8].

Також він розробив визнану світом методику аналізу конкурентоспроможності та описав стадії росту конкурентоспроможності національної економіки (від стадії “первинних факторів”, таких як дешева праця, до стадії конкуренції на основі інновацій і останньої стадії — конкуренції на основі багатства).

На сьогодні єдиного визначення конкурентоспроможності промислового підприємства не існує, кожний автор трактує цю категорію по-своєму, дотримуючись певних поглядів.

На основі виявлення спільних рис і відмінностей у наведеному переліку визначень терміну “конкурентоспроможність підприємства”, пропонується сформулювати власне визначення конкурентоспроможності промислового підприємства (див. табл.).

Визначення конкурентоспроможності промислового підприємства¹

Автор	Визначення
Г. Л. Азоєв, П. С. Зав'ялов, Л. Ш. Лозовський, А. Г. Поршнев, Б. А. Райзберг	Це здатність компанії конкурувати на ринку з виробниками та продавцями аналогічних товарів за допомогою забезпечення більш високої якості, доступних цін, створення зручних умов для покупців, споживачів
О. О. Блінов	Це здатність створювати такі переваги над конкурентами, які дають можливість досягти поставлених цілей
В. Л. Білоусов	Це відносна характеристика, що виражає відмінності розвитку певної фірми від розвитку конкурентних фірм за ступенем задоволення своїми товарами потреби людей і за ефективністю виробничої програми
А. Н. Захаров	Це володіння властивостями, що створюють переваги для суб'єкта економічного змагання

¹ Розроблено автором на основі [1–10].

Л. М. Калашнікова	Це комплексне поняття, що обумовлене системою і якістю управління, якістю продукції, широтою та глибиною асортиментів, у якому є потреба суспільства або окремих його членів, стабільним фінансовим станом, здатністю до інновацій, ефективним використанням ресурсів, цілеспрямованою роботою з персоналом, рівнем системи руху товарів і сервісу, іміджем фірми
Г. Я. Кіперман	Здатність протистояти на ринку іншим виробникам і постачальникам аналогічної продукції (конкурентам) як за ступенем задоволення своїми товарами або послугами конкретної суспільної потреби, так і за ефективністю виробничої діяльності
М. Г. Миронов	Це реальна і потенційна здатність компанії, а також наявних у них для цього можливостей проектувати, виготовляти та збувати товари, які за ціновими і неціновими характеристиками у комплексі більш привабливі для споживача, ніж товари конкурента
Н. І. Перцовський	Можливість ефективної господарської діяльності і її практичної прибуткової реалізації в умовах конкурентного ринку. Це узагальнюючий показник життєстійкості підприємства, його вміння ефективно використати свій фінансовий, виробничий, науково-технічний і трудовий потенціали
Х. А. Фасхiev	Це реальна і потенційна здатність компанії розробляти, виготовляти, реалізовувати й обслуговувати в конкретних сегментах ринку конкурентоспроможні вироби, тобто товари, що переважають за якісно-ціновими параметрами аналогів і користуються більш пріоритетним попитом у споживачів
Р. А. Фатхутдінов	Здатність компанії випускати конкурентоспроможну продукцію, перевага компанії стосовно інших компаній певної галузі усередині країни і за її межами
В. Є. Хруцький, І. В. Корнеева	Це здатність успішно оперувати на конкретному ринку (регіоні збуту) у певний проміжок часу шляхом випуску та реалізації конкурентоспроможних виробів і послуг

Визначення конкурентоспроможності організації, надане Г. Я. Кіперманом, є неповним, оскільки не враховує те, що організації конкурують на конкретних ринках у певний проміжок часу. Достойнством цього визначення, також як і визначення, яке надане Н. І. Перцовським, у тому, що вони підкреслюють ефективність господарської діяльності як ключовий критерій конкурентоспроможності організації.

Визначення конкурентоспроможності організації, надане Р. А. Фатхутдіновим, є також неповним, тому що зводить конкурентоспроможність промислового підприємства до випуску конкурентоспроможної продукції, фактично тим самим ототожнюючи ці два поняття. Ті ж самі недоліки має визначення, сформульоване В. Є. Хруцьким, І. В. Корнеевою, але, на відміну від визначення Р. А. Фатхутдінова, уточнюються параме-

три конкурентоспроможності, а саме простір, на якому вона досягається (конкретні ринки) і час (певний період).

Найбільш повним є визначення, подане в словнику по маркетингу групою авторів: Г. Л. Азоевим, П. С. Зав'яловим, Л. Ш. Лозовським, А. Г. Поршневим, Б. А. Райзбергом.

Б. Н. Фомін розглядає ключові аспекти досягнення конкурентоспроможності промисловим підприємством: рівні підприємства в цілому, рівні виробництва та рівні продукту [11].

Кожен рівень конкурентоспроможності залежить від виду ринків, які, у свою чергу, мають області, в яких більш детально можна оцінити конкурентні позиції промислових підприємств.

Перший рівень (підприємство в цілому) охоплює фінансовий, фондовий і трудовий ринки. На цьому рівні конкурентоспромож-

ність промислового підприємства оцінюється за “сферою бізнесу”, до основних складових якої належать: вартість підприємства, його капіталізація, управління можливостями, управління результатами, управління активами, організаційна система, стратегічне планування, стратегічний маркетинг, людський капітал і технологічна політика та технології.

Другий рівень (виробництво) включає товарний і трудовий ринки, сфера конкурентоспроможності яких розділяється за їх загальним та інноваційним потенціалом. Загальний потенціал розглядається в рамках фінансів, обладнання, технологій і персоналу, а інноваційний — за інфраструктурою й інноваційною культурою.

Третій рівень (продукція) поширюється на товарний ринок, що охоплює вартісні, якісні та часові параметри.

Отже, конкурентоспроможність слід розглядати на різних економічних рівнях: міжнародному, національному (макрорівень), галузевому, або сектору економіки (мезорівень), та на рівні окремих підприємств (мікрорівень).

Міжнародна конкурентоспроможність є найважливішою комплексною характеристикою якісного стану товарів підприємств, які можуть порівнюватися з аналогами інших країн. Нині рівень конкурентоспроможності в міжнародному бізнесі може регулюватися з урахуванням якості чинників (виробничих та інших) його досягнення і можливої переваги [12].

Конкурентоспроможність промислового підприємства — це його стійке становище на внутрішньому та зовнішньому ринках, що зумовлене економічними, соціальними і політичними чинниками. В умовах відкритої економіки конкурентоспроможність може бути визначена як здатність промислового підприємства протистояти міжнародній конкуренції на власному ринку та ринках інших країн.

Нові умови розширення конкуренції й обмеженості матеріально-фінансових ресурсів викликають необхідність виявлення основних критеріїв оцінки.

Основними серед них є:

1. Рівень стійкості економічного зростання.
2. Прибутковість підприємства у системі світового господарства.
3. Ефективність діяльності на світових ринках.
4. Темпи ресурсозберігаючого нарощування.
5. Забезпечення оновлення виробничих фондів.
6. Прогресивні зміни у структурі виробництва (частка високотехнологічного виробництва у загальному його обсязі).
7. Рівень якості продукції.
8. Рівень інноваційності продукції.

Конкурентоспроможність підприємства визначається наявністю у нього технічних, економічних і організаційних умов для створення, виробництва і збуту (з витратами не вище за інтернаціональні) продукції високої якості, що задовольняє вимогам конкретних груп споживачів.

Конкурентоспроможність промислового підприємства передбачає існування переваг перед аналогічними компаніями за кордоном, які можуть виражатися у наявності раціональної організаційної структури; налагодженої дослідно-конструкторської і прогресивної виробничо-технологічної бази, розвиненої інфраструктури, гнучкої системи науково-технічної, виробничої, матеріально-технічної і комерційної співпраці як на самому підприємстві, так і з іншими підприємствами в країні і за її межами, ефективної системи розподілу продукції.

М. Портер значно розширив список факторних умов, що входили в інші попередні факторні моделі, включивши туди 5 груп факторів:

- людські ресурси (з розбивкою на окремі групи працівників, включаючи вчених вищої категорії);
- природні ресурси (включаючи також клімат і географічне положення країни);
- капітал (з урахуванням національних розходжень, що залишилися, в умовах

фінансування та розмаїтості видів національних ринків капіталу);

- науково-інформаційний потенціал (усі накопичені країною знання, пов'язані з виробництвом товарів і послуг, — наукові, технічні, ринкові і т. д.);
- інфраструктура (тип, якість та вартість видів інфраструктури, що впливають на конкурентоспроможність) [8].

Головний висновок М. Портера полягає в ідеї, що основні для конкурентоспроможності фактори країною не успадковуються, а створюються. Причому найбільшого значення набуває ефективність використання факторів — темпи їх створення та механізми їх удосконалення.

Друге важливе положення — класифікація факторів на базисні і спеціально розвинені, загальні й особливі.

У наукомістких секторах економіки базисні фактори не надають вирішальної переваги. До того ж ТНК можуть отримати їх в інших країнах за рахунок іноземних інвестицій. Щоб забезпечити конкурентні переваги на світовому ринку, фактор повинен бути вищою мірою спеціалізований, пристосований для потреб конкретного промислового підприємства.

Спеціалізовані фактори набагато важче скопіювати, і вони, як правило, потребують значних довгострокових інвестицій. Тому, за М. Портером, відсутність окремих базисних факторів може бути не слабкою, а сильною стороною в конкурентній боротьбі, яка стимулює компанії здійснювати нововведення та вдосконалення.

Умови внутрішнього попиту продовжують відігравати провідну роль, незважаючи на глобалізацію конкуренції. При цьому найбільше значення має не обсяг внутрішнього попиту, а його якість і відповідність тенденціям розвитку попиту на світовому ринку.

Виграють у конкурентній боротьбі країни, де розвитку певного сегмента ринку приділялася більша увага у зв'язку з особливими внутрішніми умовами, в той час як попит на цю продукцію в інших країнах був поки невисокий.

Споріднені й підтримуючі галузі — третя важлива детермінанта національної конку-

рентної переваги. Звіди можуть надходити напівфабрикати та устаткування високого технологічного рівня.

Стратегія і структура підприємств, внутрішньогалузева конкуренція — це група дуже різномірних, але особливо важливих для розуміння конкурентних переваг факторів. Цілі, стратегії та способи організації фірм значно відрізняються в різних країнах. Спосіб менеджменту компаній і види конкуренції піддаються впливу національних особливостей країн.

Наявність “своїх” конкурентів — набагато більший стимулюючий фактор, ніж конкуренція іноземна. “Свої” перебувають у рівних стартових умовах щодо сировини, вартості робочої сили, законодавства. Така ситуація сприяє практичній реалізації нових ідей.

Ці положення М. Портера йдуть урозрив із широко розповсюдженими ідеями щодо того, що потрібно заощаджувати на наукових дослідженнях, концентрувати зусилля, підтримуючи “національних чемпіонів”, об'єднувати компанії.

Внутрішнє суперництво сприяє формуванню “кластерів”. “Кластер” стає засобом подолання інерції, негнучкості конкурентами, що сповільнюють удосконалювання й інновацій. Звідси, основна функція держави — роль каталізатора. Вона не може створити конкурентоспроможної галузі — це завдання підприємства.

М. Портер виділяє основні параметри виробничих факторів, внутрішнього попиту, рівня міжгалузевої кооперації, стратегію банків і фірм, причому він розрізняє такі чотири стадії розвитку: стану факторів виробництва, стимулювання інвестицій, упродовження інновацій, збільшення багатства [8].

Зокрема, перші три стадії асоціюються з розвитком конкурентних переваг і характеризуються специфічними видами володіння факторами виробництва (фізичним капіталом — працею — людським капіталом — технологіями).

Одна з головних відмінностей перших трьох стадій конкурентного розвитку — це спосіб, у який підприємства отримують тех-

нологію. На факторній стадії компанії її переважно створюють не самі, а отримують від інших країн. Це відбувається за допомогою імітації придбаного іноземного капітального устаткування.

При цьому М. Портер стверджує, що розвиток кожної країни відбувається на основі застосування досвіду попереднього розвитку. Праця і природні ресурси використовуються для виробництва трудомістких або матеріаломістких товарів.

На наступній стадії частка капіталомістких товарів зростає, причому за більш високого рівня концентрації виробництва продукція характеризується додатковим внеском кваліфікованої праці та технологій.

У цьому процесі зміна виражається зрушенням відносних переваг від виробництва трудомістких або матеріаломістких товарів (характерних для першої стадії) на користь капіталомістких товарів (наприклад, продукція важкої промисловості).

Найрозвиненіші країни перебувають на першій стадії розвитку і створюють порівняльні переваги для виробництва трудомістких або матеріаломістких товарів. Деякі з цих країн уже перейшли у другу стадію, де найважливішу роль починають відігравати інвестиції у капіталомістку діяльність.

На третій стадії, інноваційній, держава вже має висококваліфікований капітал й активно проводить політику розвитку НДДКР. На цій фазі порівняльні переваги країни переходять на виробництво високоінноваційної і технологічно нової продукції.

Промислові підприємства на інноваційній стадії економіки конкурують на світових ринках. У більш диференційованих сегментах промисловості вони продовжують конкурувати за ціною, але на базі високої продуктивності праці.

Чутливі за ціною, менш складні сегменти плавно поступаються іншим країнам. Фірми конкурують на базі власних глобальних стратегій і мають власні збутові та обслуговуючі міжнародні мережі поряд зі зростаючою репутацією марки за кордоном.

Таким чином, інноваційна стадія є одним з етапів значного прямого іноземного інвес-

тування. Звичайно, деякі промислові підприємства країни лідирують у переході до інноваційної стадії, одержавши конкурентні переваги більш високого класу. Удосконалення поширюється на інші галузі.

На інноваційній стадії економіка має найбільшу опірність стосовно зовнішніх подій і макроекономічних коливань, особливо коли країна виявляє здатність розширювати "кластери". Промисловість менш уразлива до цінових шоків і руху курсів валют, оскільки вона конкурує на основі технології і диференціації продукції.

Глобалізація стратегії фірм створює додатковий буфер проти таких коливань. Збільшення числа процвітаючих підприємств зменшує залежність від одного конкретного сектора.

Для інноваційної економіки характерна також міжнародна позиція, що зміцнюється за низкою передових послуг, які відображають удосконалення конкурентних переваг у промисловості. Всі економіки, розвиток яких стимулюється інноваціями, мають більш високу частку внутрішніх послуг, ніж країни на більш ранній стадії розвитку.

Однак, чи матиме країна широку базу для міжнародної конкурентоспроможності в послугах, залежить від ряду факторів, у тому числі від розвитку підтримуючих секторів національного господарства.

Явні ознаки вступу економіки в четверту стадію виявляються повільно у зв'язку з інерцією, створеною лояльністю споживачів. Однак, як тільки починається втрата позицій у деяких високопродуктивних секторах і сегментах, вона поширюється на інші види економічної діяльності за допомогою "деклас-теризації". Економічний спектр звужується, конкурентна перевага втрачається спочатку в базисних секторах промисловості і готових виробів, пізніше — у виробництві компонентів, потім — устаткування.

Конкурентна перевага зберігається, наприклад, у секторах економіки, де країна має унікальний попит або добре розвинені суміжні виробництва. Іноземні фірми, які все більше отримують реальну конкурентну перевагу, прагнуть придбати національні компанії

й інтегрувати їх у свої глобальні стратегії на основі бази, розташованої в іншій країні.

Найважливішими умовами просування країни на більш високу стадію є такі: мотивація, внутрішня конкуренція, удосконалення попиту, нестача окремих факторів, здатність до створення нового бізнесу.

На ринках високотехнологічної продукції конкурують між собою, як уже відзначалося, в основному постіндустріальні країни, втягнені в гонку науково-технічних інновацій і не зацікавлені в появі нових претендентів на якусь частку певного ринку.

Зарубіжна практика показує, що ринки готових виробів, як правило, є об'єктом протекціонізму — нетарифних і меншою мірою тарифних обмежень імпорту.

Залежно від обраної економічної стратегії і вирішуваних тепер господарських завдань, національні уряди обирають міру сполучення в ній економічних й адміністративних інструментів регулювання товарних потоків, диференціації рівнів захисту внутрішнього ринку відносно тих чи інших видів товарів.

Саме промислово розвинені країни встановлюють порядок обміну продукцією високотехнологічних секторів економіки шляхом домовленості на двосторонній чи багатосторонній основі, у тому числі й через механізми Світової організації торгівлі.

Країни, які прагнуть наздогнати лідерів, відстоюючи свої інтереси, змушені все-таки сприймати вироблені світовим економічним авангардом правила гри, миритися з підвищеними тарифами на нові категорії товарів і зниженими на продукти, що обертаються на світових ринках сировини і напівпродуктів.

В умовах зниження тарифних бар'єрів у конкуренції на ринках високотехнологічної продукції все більшу роль відіграють технічні бар'єри, насамперед стандарти і технічні вимоги, що забезпечують інтереси національної безпеки, захист здоров'я і права споживачів.

Висновки. Отже, основні положення формування конкурентоспроможності промислового підприємства такі:

- по-перше, це ефективність використання факторів конкурентоспроможності,

яка визначається в темпах їх створення та механізмах їх удосконалення;

- по-друге, рівень розвитку базисних і спеціалізованих, загальних і особливих факторів;
- по-третє, рівень розвитку споріднених і підтримуючих галузей;
- по-четверте, рівень розвитку внутрішньогалузевої конкуренції серед вітчизняних господарюючих суб'єктів.

Конкуренція також набуває настільки масштабного характеру, а ставки в ній настільки високі, що в боротьбу на світовій економічній арені все частіше вступають політичні сили, включаючи керівників держав найвищого рівня.

Вони активно домагаються від країн-партнерів зняття чи зниження бар'єрів доступу на їхні ринки, обговорюють великі торгові угоди, що виходять за межі традиційних сфер міждержавного діалогу — військово-технічного співробітництва, освоєння космосу і реалізації масштабних енергетичних проєктів.

Нерідкі випадки, коли в інтересах національних корпорацій на інші країни чиниться прямий тиск з метою змусити їх відмовитися від співробітництва з третіми країнами в конкретних високотехнологічних секторах економіки, наприклад, в атомній енергетиці.



Література

1. Зилькарнаев И. У. Метод расчета интегральной конкурентоспособности промышленных, торговых и финансовых предприятий / И. У. Зилькарнаев, Л. Р. Ильясова // *Маркетинг в России и за рубежом*. — 2001. — № 4. — С. 12—23.
2. Мисаков В. С. Анализ конкурентоспособности фирмы: Монография / В. С. Мисаков. — М.: Финансы и статистика, 2000. — 225 с.
3. Блинов А. О. Имидж организации как фактор ее конкурентоспособности / А. О. Блинов, В. Я. Захаров // *Менеджмент в России и за рубежом*. — 2003. — № 4. — С. 20—24.
4. *Рыночная экономика: Словарь* / Под общ. ред. Г. Я. Киперман. — 2-е изд., доп. — М.: Республика, 1995. — 495 с.

5. Перцовский Н. И. Международный маркетинг: Учеб. пособие / Н. И. Перцовский, И. А. Спиридонов, С. В. Барсукова; Под ред. Н. И. Перцовского. — М.: Высшая шк., 2001. — 239 с.
6. Грибов В. Д. Экономика организации (предприятия): Учеб. / В. Д. Грибов, В. П. Грузинов, В. А. Кузьменко. — 7-е изд., стереотип. — М.: КНОРУС, 2013. — 408 с.
7. Яшин Н. С. К вопросу о конкурентоспособности предприятия / Н. С. Яшин // Экономика и бизнес. — 2011. — № 2.
8. Портер М. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость: Пер. с англ. / М. Портер. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. — 715 с.
9. Азоев Г. Л. Маркетинг. Словарь. / Г. Л. Азоев, П. С. Завьялов, Л. Ш. Лозовский, А. Г. Поршев, Б. А. Райзенберг. — М.: Экономика, 2000. — 362 с.
10. Фатхутдинов Р. А. Уровни и объекты конкурентоспособности / Р. А. Фатхутдинов // Современная конкуренция. — 2009. — №4 (16). — С. 123—143.
11. Фомин Б. Н. Понятие конкурентоспособности предприятия / Б. Н. Фомин. — М.: Центр проектирования эффективного бизнеса, 2011. — 102 с.
12. Голяк Ю. Б. Теоретичні аспекти конкурентоспроможності стратегічних галузей української економіки / Ю. Б. Голяк // Актуальні проблеми економіки. — 2006. — № 6(60). — С. 78—82.

Наведено аналіз економічної сутності поняття “конкурентоспроможність”. На основі огляду наукових праць вітчизняних і зарубіжних дослідників систематизовано класифікаційні ознаки конкурентоспроможності промислових підприємств.

Приведен анализ экономической сущности понятия “конкурентоспособность”. На основе обзора научных работ отечественных и зарубежных исследователей систематизированы классификационные признаки конкурентоспособности промышленных предприятий.

Analysis of the economic substance of the concept of “competitiveness” is shown. Based on review of scientific papers domestic and foreign researchers classification features competitiveness of industrial enterprises is systematized.

Надійшла 6 червня 2014 р.