

**ЕТИМОЛОГІЯ ТА СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ “КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА”**

*Проаналізовано різні підходи до визначення поняття “конкурентоспроможність”. Надано авторське трактування конкурентоспроможності підприємства. Виявлено та охарактеризовано джерела конкурентоздатності суб'єктів економічної діяльності*

**Постановка проблеми.** Серед нагальних проблем розвитку економічних процесів чи не найбільш суттєвою є необхідність трансформації мети здійснення підприємницької діяльності. Якщо нині економіка України визнана як така, що орієнтована на підвищення рівня ефективності, то економічно розвинуті держави вже протягом тривалого часу в якості пріоритету розглядають інноваційний розвиток, основним параметром оцінки якого є конкурентоспроможність. Саме забезпечення останньої може гарантувати довготривале та результативне функціонування за умови динамічності та випадковості зовнішнього середовища суб'єкта господарювання.

Наведене свідчить про необхідність організації конкурентоспроможної підприємницької діяльності вітчизняних суб'єктів господарювання, як основи економічної системи України. Це, в свою чергу, вимагає практичного застосування теорії конкурентоспроможності підприємства, яка слугуватиме підґрунтям для формування індивідуальних систем управління конкурентоздатністю. Проте, це питання ускладнює існування не одного десятка теорій конкурентоспроможності. Однією із причин цього є не просто відсутність єдиного універсального трактування конкурентоспроможності, але й, часто, суперечливість між існуючими визначеннями поняття. У цьому контексті актуальною вбачається інтерпретація конкурентоздатності з врахуванням багатогранності цього явища, а також вимог функціонування економічних систем.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Серед основоположників теорії конкурентоспроможності підприємства, насамперед, слід виділити М. Портера, К. Прахалада, Дж. Робінсон, Р. Фатхутдінова, Ф. Хайека, Г. Хамела, Дж. Хікса, Е. Чемберліна та ін., чії наукові роботи присвячені виявленню джерел конкурентних переваг фірми, а також розробці методів їх утримання. Вагомий внесок у розвиток зарубіжних теорій належить Дж. Барні, Р. Гранту, Р. Еймиту, Д. Тісу, П. Шоемейкеру та ін. (ресурсна теорія); Ф. Муру (концепція коволюційного розвитку фірми); М. Брандербурґеру, Дж. Нейлбаффу (теорія співконкуренції).

Проте, незважаючи на безумовну значущість проведених досліджень, як зазначалось вище, нині існує досить багато визначень центрального поняття наведених теорій. Також зазначимо, що більшість вітчизняних теорій конкурентоспроможності вибудовані на основі теорії конкурентних переваг М. Портера, яка не в повній мірі відповідає реальним умовам ведення бізнесу. Водночас, сучасні зарубіжні теорії вимагають адаптації до особливостей господарювання вітчизняних суб'єктів підприємництва.

**Мета дослідження.** Метою дослідження є визначення сутності поняття “конкурентоспроможність підприємства”. Основні задачі дослідження: 1) дослідити етимологію слова “конкурентоспроможність”; 2) провести критичний аналіз підходів до визначення конкурентоспроможності; 3) сформулювати власну дефініцію досліджуваного поняття; 4) ідентифікувати фактори та джерела конкурентоспроможності підприємства. Об'єктом дослідження є конкурентоспроможність суб'єктів підприємницької діяльності. Виявлення сутності конкурентоспроможності здійснювалось шляхом дослідження етимологічного походження поняття, а також за допомогою критичного аналізу його сучасних трактувань. Методологічною та теоретичною основою дослідження є системний підхід до вивчення фундаментальних положень стосовно забезпечення конкурентних позицій підприємств, який ґрунтується на принципах системності, кінцевої цілі, інтеграції та функціональності. У ході наукового дослідження використано абстрактно-логічний метод (зокрема, прийоми

наукового абстрагування, аналогії та співставлення, індукції та дедукції, аналізу і синтезу), за допомогою якого проведено критичний аналіз існуючих трактувань конкурентоспроможності підприємства. За допомогою методу терміналогічного аналізу надано визначення дослідженому поняттю та пов'язаним із ним поняттям.

**Викладення основного матеріалу дослідження.** Осягнути сутність поняття конкурентоспроможність неможливо без дослідження його етимології. Оскільки місцем виникнення теорії конкурентоздатності були США, саме англійську мову слід вважати первинною в контексті походження цього слова. Дієслово “*compete*” (з англ. “конкурувати”), яке лежить в основі слова “*competitiveness*” (з англ. “конкурентоспроможність”), є похідним від латинського “*competere*”. Останнє складається із приставки “*com*”, що означає спільну дію та дієслова “*petere*”, яке з латині буквально перекладається “праннути”. Тобто вихідним перекладом дієслова “конкурувати” можна вважати “спільно праннути до чогось”. У слов'янських мовах, а саме українській, російській, болгарській, білоруській, польській, чеській, словацькій, македонській, сербохорватській основний корінь слова “конкурентоспроможність” “конкурувати” походить від іншого латинського слова “*concurrere*”, складовими частинами якого є “*con*” – аналог вищезгаданому “*com*” – та “*currere*” (з лат. “бігти; змагатися на бігу”) [7, с. 551].

Наведене дає підстави зробити висновок, що конкурентоспроможність є поняттям, в основу якого покладено суперництво двох або більше суб'єктів, що прагнуть досягти однієї мети. Слід зазначити, що в такому трактуванні мова йдеться не виключно про боротьбу за одноосібне досягнення цілі, а й можливість отримання бажаного результату одночасно обома конкурентами. Дещо інше забарвлення має корінь слова “конкурентоспроможність” у китайській мові. Дієслово “конкурувати” складається з двох ієрогліфів: 竞 та 争.

Перший із них згідно стародавнього написання (競) означає “два раби, що змагаються”, а другий (争) вказує на їх ціль – серп та може бути інтерпретований як “дві руки, що змагаються за серп”. Зважаючи на те, що протягом тисячоліть Китай був аграрною країною, можна припустити, що конкуренцію стародавні китайці пов'язували із боротьбою за сільськогосподарські угіддя, що уособлює серп, в якій, очевидно, виграти міг тільки один із конкурентів.

В арабській мові слово “конкурувати” (نافس) утворюється в результаті додавання до основного кореня نفس (з араб. “зберігати, оберігати; бути цінним, дорогим”) додаткових приголосних, які уточнюють значення основи, надаючи їй характеру взаємодії між двома особами, сторонами. Переклади основного кореня “зберігати, оберігати” характеризують конкуренцію як певні захисні дії, яким не властиве активне завоювання. Водночас, значення “бути цінним” підкреслює обов'язкове існування зацікавленості в об'єкті конкуренції з боку інших осіб. Зазначене дає підстави говорити про існування боротьби за досягнення цілі, бажаної для двох або більше суперників, виграти яку може тільки один із них – той, хто захищає, або той, від кого захищають.

Отже, етимологічна відмінність у змісті поняття “конкурентоспроможність” у західних та східних культурах полягає у різниці в принципах розподілу виграшу між конкурентами. Зауважимо, що цей же принцип покладено у розвиток теорій конкурентоздатності: згідно ранніх теорій перемогти у конкурентній боротьбі могла тільки одна сторона, тоді як новіші концепції відстоюють ідею можливості отримання вигоди всіма конкурентами. Тобто неоднозначність змісту конкурентоспроможності проявляється вже на рівні етимології та знаходить своє відображення в подальших теоретичних дослідженнях.

Водночас, незаперечно залишається притаманність поняттю “конкурентоздатність” змісту боротьби за досягнення спільної та бажаної для всіх конкурентів цілі.

Згідно сучасного перекладу вітчизняне слово “конкурентоспроможність” в англійській мові має два аналоги: “competitive ability” та “competitiveness”. Перший варіант зазвичай використовується у природничих науках. Проте, практично всі дослідження вітчизняних та російських економістів стосуються другого перекладу, який буквально означає “конкурентність”. З огляду на це, а також враховуючи той факт, що далеко не всі визначення конкурентоспроможності в англійськомовних джерелах пов’язані саме зі спроможністю чи здатністю (англійською “ability”), використовуваний нині переклад можна оцінити як досить умовним. Це зумовлює необхідність або підтвердження, або заперечення традиційної інтерпретації досліджуваного поняття.

Визначення будь-якого поняття має передавати його зміст, який відображає сукупність відмінних та найбільш суттєвих властивостей, ознак та відношень явища [9, с. 351]. Ідентифікацію характеристик конкурентоздатності, на нашу думку, доцільно здійснювати на основі аналізу типових груп її трактувань. У цьому контексті інтерес викликають результати

дослідження італійських економістів Д. Делперу та Д. Сератто, які запропонували двофакторну класифікацію існуючих дефініцій [18, с. 6–10]. Так, визначення конкурентоспроможності на рівні підприємства вони розділили залежно від розуміння її сутності, а також від підходу до її аналізу. За першою ознакою думки вчених згруповано на такі, що розглядають досліджуване явище як: 1) основу, своєрідний двигун, підприємницької діяльності та акцентують увагу на внутрішніх і зовнішніх джерелах конкурентних переваг; 2) результат використання конкурентних переваг, який характеризується сукупністю відповідних індикаторів (показників) успішності господарювання.

З точки ж зору, іншої класифікаційної ознаки дослідження конкурентоспроможності здійснюється на основі аналізу, який має або статичний, або динамічний характер. В першому випадку вважається, що конкурентоздатність підприємства формується на основі його ресурсів (в т.ч. здатностей), в іншому – на основі процесів. Результати розподілу визначень конкурентоспроможності, на які найчастіше посилаються як вітчизняні, так і зарубіжні автори наведено у табл. 1.

Таблиця 1. Розподіл найбільш вживаних дефініцій конкурентоспроможності підприємства згідно класифікації Д. Делперу та Д. Сератто

Трактування сутності поняття	Підхід до аналізу конкурентоспроможності	
	Статичний (ресурси та здібності)	Динамічний (процеси)
Як двигун господарської діяльності	1. Конкурентоспроможність включає ефективність (досягнення цілей із мінімальними витратами) та результативність (постановку правильних цілей) [17]; 2. Можливість ефективно розпоряджатися власними та позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку [1, с. 62]; 3. Порівняльні переваги, якими володіє конкретне підприємство по відношенню до інших підприємств, що є конкурентами на ринку товарів та послуг [2, с. 3]; 4. Сукупність можливостей підприємства (виробничих, інноваційних, кадрових, ресурсних) в різних сферах діяльності, що взаємодіють між собою у певних способах [3]; 5. Порівняльна перевага відносно інших фірм даної галузі всередині країни та за її межами [5, с. 76]; 6. Володіння властивостями, які створюють переваги для суб'єкта економічного змагання [4, с. 68].	1. Основна ознака, яка характеризує наявність та розвиток підприємством сукупності матеріальних та фінансових можливостей, які обумовлюють його здатність до ефективної роботи на ринках продажу своєї продукції [13, с. 11]; 2. Реальна та потенційна здатність, а також можливість підприємства проектувати товари, які за ціновими та неціновими характеристиками привабливіші за аналогічні товари зовнішніх та внутрішніх конкурентів (European Management Produce and Market, Institute of Management and Development) [20]; 3. Здатність фірми проектувати, виробляти та/або реалізувати товари, які за ціновими та неціновими характеристиками привабливіші, ніж товари конкурентів [19]; 4. Спроможність підприємства до адекватної модернізації та переорієнтації виробництва відповідно до життєвого циклу товару [11, с. 17]; 5. Властивість об'єкта, яке характеризується ступенем реального або потенційного задоволення ним конкретної потреби в порівнянні з аналогічними об'єктами, що представлені на даному ринку [14, с. 24];
Як результат використання конкурентних переваг	1. Сукупність відмінних від аналогів якісних та вартісних характеристик, які забезпечують потреби споживачів [15]; 2. Найбільш загальний показник ефективності економічного суб'єкта, що визначає його потенціал в конкурентній боротьбі [12, с. 209].	1. Відносна характеристика, що відображає відмінності процесу розвитку даного виробника від виробника-конкурента як за ступенем задоволення своїми товарами, так і за ефективністю виробничої діяльності [6].

Здійснення будь-якої господарської діяльності вимагає використання відповідних ресурсів та здатностей. У той же час, слід зауважити, що лише їх наявність не є запорукою конкурентоздатності підприємства. Узагальнюючи висновки науковців, можна сказати, що ресурси та здатності є джерелом конкурентних переваг, а сама конкурентоспроможність представляє собою результат використання останніх, який можна ідентифікувати та проаналізувати тільки шляхом його кількісного оцінювання. Отже, при визначенні конкурентоспроможності необхідним є врахування всіх її вищезазначених характеристик, а саме: залежність від конкурентних переваг та їх джерел; перетворення конкурентних переваг фірми на її конкурентоспроможність; кількісне вираження конкурентоспроможності. Проте, як свідчать дані табл. 1.3, більшість дефініцій стосуються лише одного із наведених аспектів або, в кращому випадку, деяких із них.

Також конкурентоспроможність науковці розглядають у контексті теперішнього [1, с. 62; 5, с. 76; 6; 17 та ін.], або одночасно теперішнього та майбутнього часу [14, с. 24; 19, с. 8; 20]. Не викликає сумнівів, що поточна успішність підприємства сьогодні не може вберегти його від банкрутства у подальшому. Це підтверджує той факт, що потенційні конкурентні переваги є не менш важливими, а у деяких випадках і більш значущими,

ніж вже існуючі. Тобто справді конкурентоспроможною є тільки та фірма, що протягом тривалого часу залишається та/або може залишатися конкурентоздатною. Зауважимо, що часто в наукових дослідженнях це не враховується. Наприклад, індійські науковці А. Амбаста та К. Момаїа довели практичність та ефективність популярної нині АРР-структури конкурентоздатності підприємства, яка забезпечує трансформацію ресурсів та здатностей на певні результати (в т.ч. продуктивність, фінансові показники, частку ринку, вартість, ціну, рівень задоволеності споживачів тощо) через процеси, що перетворюють їх на конкурентні переваги [16, с. 53–59]. Однак, зазначена концепція розглядає лише статичну складову результатів використання конкурентних переваг, не враховуючи їх стійкість, яка зумовлює розвиток (динамічну характеристику) конкурентоспроможності фірми. Тому, очевидно, що аналіз конкурентоздатності має спиратись на оцінку її динамічних індикаторів (зміни, тенденцій тощо).

Подальше визначення сутності конкурентоздатності пропонується здійснювати у такі два етапи: 1) вивчення родового поняття, яке за об'ємом ширше за досліджуване; 2) виділення специфічної ознаки (ознак), яка відрізняє поняття від всіх інших, що входять до родового [Кондаков, с. 240–242]. Вчені-економісти розрізняють такі найближчі до конкурентоспроможності роди:

- здатність, спроможність підприємства;
  - можливість підприємства;
  - властивість підприємства;
  - ознака, що характеризує процеси, предмети та явища;
  - сукупність відмінних від аналогів характеристик;
- відносна характеристика відмінності від аналогів.

Найбільш розповсюдженою є асоціація конкурентоспроможності із певною здатністю підприємства. Коментуючи це твердження, слід зазначити, що будь-яка здатність є первинною відносно відповідного результату – вона його формує. Що ж до конкурентоспроможності, то вона є результатом господарювання підприємства, який виникає в процесі використання здатності. Це означає, що здатності (спроможності), наряду із ресурсами фірми, представляють собою джерела виникнення конкурентоспроможності, а не її сутність. Крім того, якщо розглядати досліджуване поняття з наведеної точки зору, напрошується висновок, що підприємство може або бути конкурентоспроможним, або – ні, оскільки здатність або є, або ж вона відсутня. Насправді ж все вирішує не тільки наявність здатності (спроможності), а й наскільки вона використовується. Ототожнення конкурентоспроможності із можливостями підприємства також, на нашу думку, є дещо хибними. Навіть якщо фірма має певні можливості, вона може ними не скористатись або скористатись не в повній мірі. Це, в свою чергу, призведе до втрати чи зниження рівня конкурентоздатності. Тому, у двох вищезазначених випадках, доречнішим було б говорити про реалізацію або ступінь реалізації здатності, спроможності, можливості.

Наступні три визначення (властивість, ознака, характеристика) хоч і є дуже близькими за змістом, все ж певною мірою різняться між собою. Поняття “ознака” та “властивість”, передусім, відображають відмінні риси об’єкта (окремого підприємства). Характеристика ж, з одного боку, визначає приналежність об’єкту до окремого класу, а, з іншого, – використовується для уточнення цього об’єкту та його порівняння. Конкурентоспроможність притаманна всім без виключення підприємствам. Різницю між ними визначає рівень конкурентоспроможності, який, водночас, може бути однаковим для кількох фірм. Тобто конкурентоспроможність передбачає: 1) виявлення спільних для всіх суб’єктів господарювання рис (ціна, якість продукції, ефективність тощо) з метою об’єднання їх в окремий клас – клас “підприємство”; 2) оцінку спільних рис на рівні кожної окремої фірми з метою її описання та порівняння з іншими підприємствами. Це означає, що конкурентоздатність використовується саме для уточнення статусу фірми з-поміж своїх конкурентів, а не для описання його відмінних якостей. Отже, конкурентоспроможність є однією із характеристик підприємства, а не його властивістю чи ознакою.

Слід наголосити, що науковці говорять про конкурентоспроможність як про характеристику, що відображає відмінні від конкурентів риси підприємства [6; 15; 20]. Однак, як зазначалось вище, конкурентоздатність фірми пов’язана не стільки із її відмінностями, скільки із вмінням розпоряджатися власними ресурсами та здатностями, в т.ч. з ціллю створення зазначених відмінностей.

Підсумовуючи зазначене, вважаємо, що визначення поняття конкурентоспроможності підприємства має враховувати те, що вона: 1) представляє собою характеристику підприємства; 2) утворюється в результаті формування і подальшого утримання та використання стійких конкурентних переваг; 3) є формою прояву ступня реалізації здатності (спроможності) ефективно конкурувати (кількісна оцінка). Зазначені аспекти конкурентоздатності, враховують основні положення, висвітлені в інших дефініціях. Так, конкурентні переваги, по суті, передбачають участь підприємства у конкурентній боротьбі, випередження конкурентів, на якому акцентовано увагу в [4, с. 68; 2, с. 3; 3, с. 76; 20 та ін.], а також задоволення конкретної потреби споживачів, про що згадується у працях [15; 14, с. 24 та ін.].

Отже, **конкурентоспроможність підприємства** – це характеристика підприємства, яка є формою прояву ступеня реалізації його потенційної спроможності формувати, утримувати і використовувати стійкі конкурентні переваги.

Одним із понять, яке безпосередньо пов’язане із конкурентоспроможністю підприємства є стійкі конкурентні переваги. Результати дослідження показали, що суб’єкт підприємницької діяльності володіє стійкими конкурентними перевагами, якщо він: 1) випереджає конкурентів за необхідними для нього параметрами; 2) забезпечує неперервність існування власних конкурентних переваг шляхом їх постійного оновлення (трансформації старих, або створення нових галузей діяльності), що дає можливість виключити із життєвого циклу галузі стадії занепаду та загибелі; 3) забезпечує сталість власних конкурентних переваг шляхом усунення можливості імітації цих переваг та їх джерел конкурентами.

Створення стійких конкурентних переваг починається з формування їх джерел, до яких належать ресурси та здатності підприємства. Ресурси можна визначити як первинні засоби, які підприємство у процесі господарської діяльності трансформує у певний кінцевий результат. Первинність, в даному випадку, означає, що ресурси визначають лише вихідні позиції підприємства у конкурентній боротьбі. Рівень же його конкурентоспроможності зумовлюється характером та результативністю перетворення первинних ресурсів на певний результат.

Оскільки для виробництва та реалізації одного виду продукції або послуг підприємці використовують відносно однотипні ресурси, більшість вихідних засобів забезпечення господарської діяльності можуть бути відтворені конкурентами із незначними відмінностями. Водночас здатності, які утворюються в результаті об’єднання ресурсів, часто досить складно зімітувати. Тому максимізація кількості та рівня унікальності здатностей дає можливість забезпечити максимальний рівень конкурентоспроможності.

Потенційна спроможність підприємства формувати та утримувати конкурентні переваги відображається його конкурентним потенціалом. Згідно висновків Г. Рахимової, конкурентний потенціал – це сукупність природних, матеріальних, трудових фінансових ресурсів та здатностей об’єктів та/або суб’єктів господарювання, яка дає їм перевагу відносно конкурентів [10]. З наведеного визначення випливає, що наявність необхідних (конкурентоформуючих) характеристик у ресурсів та здатностей, є гарантією його конкурентоспроможного статусу. Однак, як зазначалось раніше, навіть маючи всі необхідні вихідні параметри, часто суб’єкти підприємства не можуть ними належним чином скористатись. В цьому випадку має місце неповна реалізація потенціалу. Серед інших характеристик потенціалу, з якою важко не погодитись, В. Збарський та М. Місевич виділяють цілеспрямованість його використання [8, с. 273].

Згідно зазначеного, конкурентний потенціал характеризує можливість фірми формувати й утримувати конкурентні переваги на основі наявних ресурсів та здатностей. Ступінь реалізації конкурентного потенціалу підприємства визначається тим, наскільки вдало, з точки зору досягнення конкретної мети, воно комбінує ресурси, створюючи здатності та конкурентні переваги. Тобто максимальний рівень конкурентоспроможності означає не “кращу, ніж у конкурентів”, а “найбільше (найкраще), на що здатне підприємство”.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Конкурентоспроможність – це характеристика підприємства, яка відображає успішність його господарювання із врахуванням динамічності економічних процесів та явищ. Особливе значення при формуванні конкурентоздатності відіграє рівень стійкості конкурентних переваг, який визначається ймовірністю імітації цих

переваг конкурентами. Конкурентоспроможність підприємства на пряму залежить від таких внутрішніх факторів: 1) наявні ресурси, які визначають конкурентний потенціал суб'єкта господарювання; 2) спроможність в повній мірі реалізувати свій конкурентний потенціал. Крім того, конкурентоздатність необхідно досліджувати тільки в контексті конкретної цілі (цілей).

#### Список використаної літератури:

1. Азоев Г.Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г.Л. Азоев, А.П. Челенков. – М.: ОАО "Типография "НОВОСТИ", 2000. – 256 с. 2. Алтухов П.Л. Процессный подход к обеспечению конкурентоспособности предприятия // Вісник економічної науки. – 2005. – № 2. – С. 3–5. 3. Воронкова А.Е. Підтримка конкурентоспроможного потенціалу підприємства / А.Е. Воронкова, Понамарьев В.П., Дібніс Г.І. – К.: Техніка, 2000. – 152 с. 4. Гальвановский М. Конкурентоспособность в микро-, мезо- и макроуровневом измерениях / М. Гальвановский, В. Жуковская, И. Трофимова // Российский экономический журнал. – 1998. – № 3. – 67-77 с. 5. Градов А.П. Экономическая стратегия фирмы / А.П. Градов. – СПб.: Спец. лит-ра, 1998. – 611 с. 6. Ермолова М.О. Чем отличается конкурентоспособность фирмы от конкурентоспособности товара / М.О. Ермолова // Как продать ваш товар на внешнем рынке: [справочник]. – М.: Мысль, 1990. – С. 228-241. 7. Етимологічний словник української мови (у 7 томах) / Під ред. О.С. Мельничука, В.Т. Коломійця, О.Б. Ткаченко. – Т. 2. – К.: Наукова думка, 1985. – 570 с. 8. Збарський В.К. Конкурентоспроможність високотоварних сільськогосподарських підприємств / В.К. Збарський, М.А. Місевич; за ред. Проф. В.К. Збарського. – К.: ННЦ ІАЕ, 2009. – 310 с. 9. Кондаков Н.И. Логический словарь-справочник / Н.И. Кондаков. – М.: Наука, 1975. – 720 с. 10. Конкурентный потенциал и конкурентная стратегия в совокупности отношений конкурентоспособности: автореф. дис. канд. экон. наук: 08.00.01 / Г. С. Рахимова; Казан. гос. ун-т, Казан. гос. техн. ун-т им. А.Н. Туполева. – Казань: Изд-во Казан. гос. техн. ун-та, 2003. – 20 с. 11. Конкурентоспроможність

економіки України в умовах глобалізації / Я.А. Жаліло, Я.Б. Базиліюк, Я.В. Белінська, С.В. Давиденко та ін.; За ред. Я.А. Жаліла. – К.: НІСД, 2005. – 388 с. 12. Коноплицький В.А. Економічний словник. Тлумачно-термінологічний / В.А. Коноплицький, Г.І. Філіна. – К.: КНТ, 2007. – 580 с. 13. Пантелєєв В.Д. Оцінка конкурентоспроможності підприємства (методологія простого рішення) / В.Д. Пантелєєв // Вісник аграрної науки Причорномор'я. – 2008. – Вип. 2 (45). – С. 10–16. 14. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление Р.А. Фатхутдинов. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 312 с. 15. Черваньов Д.М. Менеджмент інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств України / Д.М. Черваньов, Л.І. Рейкова. – К.: Знання, 1999. – 514 с. 16. Ambastha A. Competitiveness of Firms: Review of theory, framework and models / A. Ambastha, K. Momaya // Singapore Management Review. – 2004. – Vol. 26, № 1. – P. 45–61. 17. Buckley P.J. Measures of International Competitiveness A critical Survey / P.J. Buckley // Journal of Marketing Management. – 1988. – Vol. 4 (2). – P. 175–200. 18. Depperu D. Analyzing International Competitiveness at the Firm Level: Concepts and Measures / D. Depperu, D. Cerrato // Working Paper. – № 32. : Dipartimento Scienze Sociali-Sezione Economia Aziendale, Universita Cattolica del Sacro Cuore, Piacenza, 2005. – 27 с. 19. The World Competitiveness Report 1991 [Online] / World Economic Forum, IMEDE. – Lausanne, Geneva: IMD, WEF, 1991. Available from: <http://www02.imd.ch/wcc/pressreleases/>. 20. The World Competitiveness Yearbook 2004 [Online] / Lausanne: IMD, 2004. Available from: <http://www02.imd.ch/wcc/pressreleases/>.

НИКОЛЮК Ольга Миколаївна – кандидат економічних наук, старший викладач кафедри комп'ютерних технологій та моделювання систем Житомирського національного агроекологічного університету

Наукові інтереси:  
– управління конкурентоспроможністю сільськогосподарських підприємств