

УДК 339.137.2

І. А. Чіков,
аспірант, асистент кафедри економічної кібернетики,
Вінницький національний аграрний університет
ORCID ID: 0000-0002-2128-5506

DOI: 10.32702/2306-6792.2019.10.74

КОНКУРЕНЦІЯ: ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО РОЗУМІННЯ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ

I. Chikov,
post-graduate student Assistant Professor of the Department
of Economic Cybernetics, Vinnytsia National Agrarian University

COMPETITION: THEORETICAL APPROACHES TO UNDERSTANDING THE ESSENCE OF THE CONCEPT

У загальноживаному розумінні "конкуренція" означає суперництво, змагання людей, груп, організацій з метою досягнення кращих результатів у визначеній суспільній сфері. Стаття присвячена дослідженню, систематизації та групуванню теоретичних підходів на основі поглядів вітчизняних, а також зарубіжних науковців щодо сутності поняття "конкуренція" як економічної категорії. Відповідно до встановлених цілей наукового дослідження було проведено ґрунтовний аналіз наявних сучасних підходів та дефініцій вчених-економістів щодо розуміння сутності конкуренції в економічній науці як ринкового явища. Також було проаналізовано еволюцію економічних вчень конкуренції. Результати дослідження було узагальнено та представлено графічно. В рамках цього дослідження, на основі отриманої інформації, було наведено власне розуміння сутності поняття "конкуренція" як економічної категорії.

The development of market relations requires a fundamental study of competition problems, which is an objective economic law of the development of commodity production, and reflects the internal stable relations between individual commodity producers in their struggle for the highest productivity of production, on the one hand, and consumers of their products — on the other.

Competition is an internal mechanism for ensuring effective and dynamic development. Despite the broad economic and everyday use of these terms, at the moment there is no single understanding of them, which calls for a thorough study of these interconnected concepts, their grouping and hierarchical structuring. The theoretical substantiation of these categories will ensure their practical and correct use and application, which will positively influence the development of competition and growth of competitiveness of Ukrainian enterprises.

In the general sense, "competition" means rivalry, competition of people, groups, organizations in order to achieve better results in a certain social sphere. The article is devoted to the study, systematization and grouping of theoretical approaches on the basis of the views of various domestic as well as foreign scientists on the concept of "competition" as an economic category. In accordance with the established goals of the scientific study, a thorough analysis of existing modern approaches and definitions of economists on understanding the essence of competition in economic science as a market phenomenon was conducted. Also, the evolution of economic studies of competition was analyzed.

The analysis of the state of interpretation of the concept of "competition" shows that at the present stage the question arises as to the need to overcome the simplistic narrow economic approach to the understanding of competition as a scientific concept. In this regard, competition is considered by us as a complex category that reflects the relations between business entities that arise in the market and manifest themselves in the struggle for better performance, thus forming different market models and meeting the needs of both individual consumers and society as a whole.

The results of the study were summarized and presented graphically. In the framework of this study, on the basis of the received information, was given a proper understanding of the concept of "competition" as an economic category.

Ключові слова: конкуренція, економічна категорія, механізм ринку, функції, класифікація, особливості.

Key words: competition, economic category, market mechanism, functions, classification, features.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Конкуренція є економічним законом сприяння кращому використанню потенціалу суспільства, раціоналізації поведінки господарюючих суб'єктів, саме вона виступає внутрішнім

механізмом забезпечення ефективного й динамічного розвитку.

Конкуренція є основним інструментом регулювання ринкової економіки і важливою частиною ринкового середовища діяльності про-

Таблиця 1. Підходи до розуміння конкуренції як економічної категорії

Теорії, представники	Зміст теорій
Теорія абсолютних переваг (А. Сміт, Д. Рікардо, Дж. Мілль)	Приватна ініціатива й вільний конкурентний ринок, на якому рівновага між виробництвом і споживанням підтримувалась, з одного боку, завдяки конкуренції між великою кількістю незалежних виробників, а з другого - завдяки наявності масових індивідуальних споживачів
Теорія рівноваги (А. Маршалл)	Конкуренція слугувала ідеальним механізмом встановлення рівноваги на ринку завдяки дії законів граничної корисності та граничної продуктивності. Вона забезпечувала розвиток технологій та споживацьких переваг на основі визначених відносних цін
Еволюційна теорія (Й. Шумпетер)	Конкуренція враховувала не лише процеси регулювання кон'юнктури ринку, а й вміння суб'єктів ефективно впроваджувати інноваційні технології
Теорія конкурентних переваг (М. Портер)	Конкуренція проявлялась завдяки конкурентним перевагам підприємств залежно від зміни конкурентного середовища та від їх ефективного використання
Теорія інтелектуального лідерства (Г. Хамел, К. Прахалад)	Використання нових форм бізнесу, інноваційних технологій в глобальному масштабі, прийняття нестандартних рішень щодо задоволення несформованих потреб споживачів стали новими чинниками конкуренції

Джерело: сформовано автором на основі літературних джерел.

мислового підприємства. Наслідком конкуренції є, з одного боку, загострення виробничих і ринкових відносин, а з іншого — підвищення ефективності господарської діяльності, прискорення НТП. Конкуренція відноситься до неконтрольованих факторів, які впливають на діяльність організації і які не можуть управлятися організацією. Ринковий механізм конкуренції має фундаментальне значення для підприємницької діяльності, що визначає як системне значення умов конкуренції для концептуального обґрунтування підприємницької етики [1].

Виходячи з цього, вивчення конкуренції є одним із основних ринкових досліджень, оскільки це створює основу для формування стратегії і тактики діяльності на ринку.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Вивченню проблем конкуренції як економічної категорії, аналізу її суті та ознак, природи та ролі в економіці, механізмів функціонування і впливу на економіку присвячено значну кількість досліджень вчених-економістів.

Базові підходи до дослідження конкуренції, викладені в працях таких економістів: М. Портер [17], Д. Рікардо [20], А. Сміт [19], Й. Шумпетер [18]. Питання економічної конкуренції як суспільного економічного явища досліджено в працях Г. Азоєва [21], Л. Антонюка [22], Р. Фатхутдінова [15], А. Юданова [1] та інших вчених.

Розвиток ринкових відносин вимагає ґрунтовних досліджень понятійного апарату конку-

ренції, оскільки в умовах існування значної кількості різних підходів та дефініцій щодо розуміння сутності конкуренції в економічній науці, особливо значення набуває дослідження саме еволюції поглядів на конкуренцію, адже саме таким шляхом можна проаналізувати та систематизувати визначення "конкуренція", і основі аналізу узагальнити визначення та розкрити особливості прояву конкурентних відносин.

МЕТА ДОСЛІДЖЕННЯ

Метою даної статті є дослідження, систематизація та групування теоретичних підходів вітчизняних та зарубіжних вчених щодо сутності поняття "конкуренція" як економічної категорії.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Конкуренція — ключове поняття, що виражає сутність ринкових відносин. Ефективність діяльності суб'єктів господарювання 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 [2, с. 57].

Ринок — це організаційна структура, в якій існує певний порядок. Силою, якою упорядковуються взаємовідносини між виробниками та споживачами, є конкуренція [3, с. 8]. Вона є найважливішою ланкою системи ринкового господарства.

Еволюція економічних учень конкуренції характеризується зміною поглядів від теорії меркантилізму до теорії інтелектуального лідерства та обґрунтовує вплив факторів зовнішнього і внутрішнього середовищ функціонування підприємства на ефективність конкуренції (табл. 1).

Таким чином, на сьогодні в економічній літературі існує велика кількість визначень поняття "конкуренція", які охоплюють диференціацію її характеристик, функцій та особливостей.

Враховуючи таку диференціацію доцільним є систематизація різних трактувань вченими цього поняття, виходячи з категорій сутності конкуренції (табл. 2):

1) конкуренція — це суперництво економічних суб'єктів на ринку з метою досягнення найбільш високих результатів господарської діяльності;

Таблиця 2. Визначення сутності конкуренції

Автор(и)	Тлумачення поняття «конкуренція»
I категорія – «суперництво економічних суб'єктів»	
1	2
Адамик В.А. [5]	Суперництво у будь-якій сфері діяльності між окремими юридичними або фізичними особами (конкурентами), зацікавленими у досягненні однієї мети
Горфинкель В.Я.	Боротьба між виробниками чи постачальниками, підприємствами, фірмами за найбільш вигідні умови виробництва і збуту для досягнення кращих результатів своєї підприємницької діяльності
Закон України «Про захист економічної конкуренції» від 11.01.2001 р.	Змагання між суб'єктами господарювання з метою придбання завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, унаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання, мають можливість вибирати між декількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначати умови обороту товарів на ринку
Кріппендорф К.	Особлива форма взаємодії і боротьби на світовому ринку між національними і транснаціональними виробниками з метою забезпечення кращих можливостей збуту своєї продукції й одержання найбільшого прибутку
Курно А.	Конкуренція двох і більше фірм, коли кожна фірма припускає, що обсяг виробництва її конкурентів буде залишатися незмінним
Маркс К. [6]	Властива товарному виробництву антагоністична боротьба між приватними виробниками за більш вигідні умови виробництва і збуту товарів
Маршал А.	Змагання між виступаючими на ринку підприємствами, яке має на меті забезпечити кращі можливості збуту своєї продукції, задоволення різних потреб покупців
Мочерний С.В. [7]	Боротьба за сектори «з більшою доданою вартістю». Реальний доход країни може рости тільки якщо її праця і капітал притікають у бізнес, що дає більш високу вартість у перерахуванні на зайнятого і країна утримує позиції в такому бізнесі краще, ніж її міжнародні конкуренти
Панасенко Д.А. [8]	Політико-економічні відносини між державами стосовно отримання кращих умов на ринках збуту для себе та своїх виробників
Прайснер А.	Змагальність фірм, при якій самостійні дії ефективно обмежують можливості кожної із них односторонньо впливати на загальні умови обігу продукції на світовому ринку або на окремих національних чи регіональних ринках
Туган-Барановський М.	Діяльне суперництво декількох осіб у досягненні однієї і тієї мети. Конкуренти прагнуть витіснити один одного, захопити у своє виняткове володіння те чи інше господарське благо, і тому конкуренція завжди має характер боротьби
Юданов Ф.Ю.	Боротьба фірм за обмежений обсяг платоспроможного попиту споживачів, що ведеться ними на доступних сегментах ринку
II категорія – «регулюючий елемент ринку»	
Адамик В., Вербицька Г.	Елемент ринкового механізму, який забезпечує рівновагу між попитом і пропозицією шляхом безкомпромісної боротьби за обмежений обсяг платоспроможного попиту споживачів між різними суб'єктами господарювання
Ассель Г.	Конкуренція виробників на ринку, яка включає в себе як внутрігалузеву, так і міжгалузеву форми конкуренції
Грецький Р. [10]	Економічна категорія, що виражає виробничі відносини між товаровиробниками в процесі обміну продуктами праці
Долає Е., Ліндсей Д. [11]	Діяльність людей, направлена на задоволення потреб методом підвищення якості товару, регулювання його обсягу і ціни на ринку
Нікіфоров А.Д. [12]	Механізм регулювання пропорцій суспільного виробництва
Педченко Н.	У розвинутому товарному виробництві конкуренція є об'єктивним економічним явищем, яке примушує господарюючі суб'єкти прагнути до збільшення прибутку за рахунок розширення масштабів діяльності, удосконалення форм організації виробничого процесу і зростання продуктивності праці
Пуцентейло П. [13]	У розвинутому товарному виробництві конкуренція є об'єктивним економічним явищем, яке примушує господарюючі суб'єкти прагнути до збільшення прибутку за рахунок розширення масштабів діяльності, удосконалення форм організації виробничого процесу і зростання продуктивності праці
Рудницька М.О. [14]	Невід'ємна властивість ринку та одна з найбільш важливих характеристик зростаючої інтернаціоналізації господарської діяльності
Фатхутдінов Р.А. [15]	Процес управління суб'єктом своїми конкурентними перевагами для досягнення перемоги чи інших цілей у боротьбі з конкурентами за задоволення об'єктивних чи суб'єктивних потреб у рамках законодавства або у природних умовах
III категорія – «суперництво традиційного з інноваційним»	
Азов, Г.Л., Челенков О.П.	Задовольнити краще конкурентів людські нестатки, що виражаються в потребах, специфічних для різних культур і людей, за допомогою різних товарів, послуг і ідей, спираючись на знання ринку, вимоги і можливості споживачів
Гейер Г.В. [16]	Суперництво між економічними суб'єктами, в основі якого лежать відмінності (кількісні і якісні), пов'язані з рівнем розвитку науково-технічного потенціалу й умовами здійснення і реалізації інновацій
Портер М. [17]	Динамічний процес, що розвивається, безупинно мінливий ландшафт, нові шляхи маркетингу, нові виробничі процеси і нові ринкові сегменти
Хайек Ф.	Процедурою відкриття, коли конкуренція сама встановлює порядок і створює необхідну рівновагу, а перемагає в конкурентній боротьбі той, хто дізнався, винайшов, створив щось нове, хто зумів вловити і зрозуміти розсіяне в суспільстві знання
Хамел Г., Прахалад К.	Вчені розглядали конкуренцію як суперництво виробників, успіх у якій забезпечується інтелектуальною конкурентною перевагою. Найважливішою умовою відповідною конкурентної позиції виробника є використання «базових функціональних властивостей продукту» (можливості розвитку і використання продукту) і «ключових компетенцій» (знання й уміння людей щодо розробки таких продуктів)
Шумпетер Й. [18]	Учений стверджував, що новий етап розвитку конкурентних відносин полягає не в конкуренції цін або якості, а в конкуренції нових продуктів, нових технологій, нових джерел забезпечення та нових організаційних форм. За Й. Шумпетером, конкуренція визначається як суперництво старого з новим, з інноваціями

Джерело: сформовано автором основи проаналізованих літературних джерел.

2) конкуренція — це регулюючий елемент ринку, механізм, який здійснює регулювання попиту та пропозиції на ринку;

3) конкуренція розуміється як суперництво традиційного з інноваційним.

На нашу думку, варто відмітити трактування поняття "конкуренція" М. Портером, який визначав дану категорію як боротьбу економічних суб'єктів, так і регулюючу складову ринку на основі взаємодії п'яти основних сил [13]:

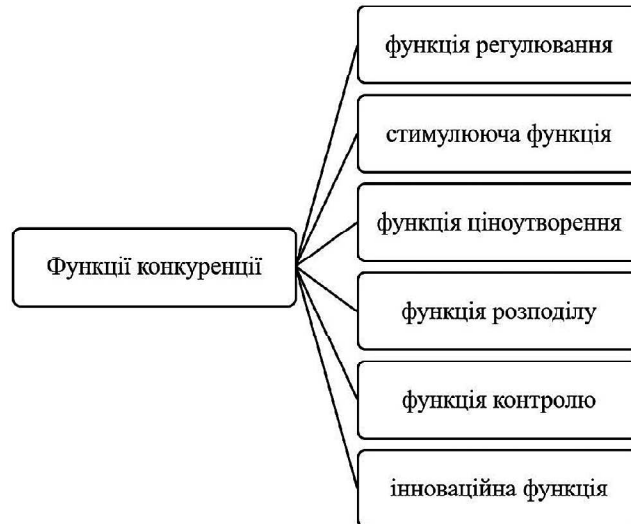


Рис. 1. Функції конкуренції як економічної категорії

Джерело: сформовано автором на основі проаналізованих літературних джерел.

- 1) суперництва існуючих конкурентів на ринку;
- 2) появи нових конкурентів;
- 3) появи нових товарів-замінників;
- 4) конкурентоспроможності продавців;
- 5) можливостей покупців.

Незважаючи на те, що сьогодні немає загальноприйнятого визначення поняття "конкуренція", всі одноставно визначають, що конкуренція є однією з найяскравіших відмінних рис бізнесу, двигуном економічного прогресу, механізмом саморегуляції ринкової економіки [2, с. 60].

Отже, аналіз теоретичних положень визначень понять "конкуренція" показує, що змістовно конкуренція — це перш за все економічне суперництво; боротьба з метою отримання умов для максимізації доходу; процес управління тощо.

На нашу думку, для більшого розуміння сутності поняття "конкуренція" як економічної категорії, необхідно розглянути функції, які вона виконує (рис. 1).

Розуміти потреби споживача і вчасно приймати управлінські рішення є обов'язком підприємця. Функції конкуренції, що зображені вище, показують, як конкуренція впливає на ринок — на політику ведення підприємницької діяльності, поведінку споживача.

Як зазначалось вище, з метою забезпечення безперебійної роботи механізму функціонування ринку конкуренція виконує такі функції [21]:

1) за допомогою функції регулювання фактори виробництва під впливом ціни спрямовуються в ті галузі, де в них відчувається найбільша потреба;

2) функція стимулювання змушує підприємства прагнути до вищої продуктивності. Таку функцію, на нашу думку, варто розглядати з двох позицій — шанс і ризик. Шанс для підприємства — це зменшити витрати на виробництво продукції, а також збільшити прибуток при виробництві якісної, нової продукції; ризик для підприємства — збитки, які підприємство понесе якщо не реагуватиме на поведінку споживачів;

3) функція ціноутворення впливає на рівень індивідуальних витрат на виробництво будь-якого товару, зводячи їх до суспільно необхідних, які, в свою чергу, і визначають виважену ринкову ціну товару;

4) функція розподілу дозволяє розподіляти дохід серед суб'єктів господарювання відповідно до їх ефективного внеску, що відповідає головному принципу конкурентної боротьби — винагороди за результатами;

5) функція контролю виступає певною силою, що протидіє виникненню постійної економічної влади окремих суб'єктів ринку, тобто, вона обмежує та контролює економічну потужність кожного підприємства;

6) інноваційна функція конкуренції на підприємствах реалізується постійним удосконаленням технологічної бази виробництва, впровадженням новітніх технологій та прогресивних форм організації виробничого процесу тим самим зменшуючи витрати виробництва. Підприємства, котрі не зможуть впроваджувати такі заходи інноваційної політики, будуть витіснені з ринку.

Виходячи з зазначених функцій конкуренції можна дійти висновку, що основним завданням,

Таблиця 3. Класифікація видів конкуренції

Критерії класифікації	Види конкуренції
1	2
Залежно від предмета конкуренції	Загальна - конкурентами є усі виробники, які беруть участь у боротьбі за гроші споживачів; предметна (формальна) - конкурентами вважаються підприємства, які виробляють товари одного асортименту; функціональна - конкуренція між товарами-замінниками
Залежно від застосовуваних засобів, за рахунок яких можна обійти конкурентів	Цінова - конкуренція за рахунок зниження витрат виробництва; нецінова - використання будь-яких законних засобів зниження цін задля залучення нових споживачів
За характером цінової конкуренції	Пряма - підприємство оповіщає про зниження цін на товари, що випускаються і наявні на ринку; прихована - на ринок виводиться новий товар з істотно поліпшеними споживчими властивостями, ціна підвищується незначно
Залежно від масштабу	Місцева - у групі, відділенні, на підприємстві тощо; регіональна - у районі, місті, області тощо; національна - у країні; міжнародна - у декількох країнах; глобальна - у світовому масштабі, без конкретно визначених країн
За ступенем інтенсивності	Приваблива - коли в даному сегменті суб'єкт якісніше задовольняє свої потреби чи одержує прибуток більший, ніж у попередньому сегменті; помірна - дії суб'єктів конкуренції підтримують конкурентне середовище в даному сегменті ринку; жорстока для об'єкта конкуренції - суб'єкт поглинає, знищує або витісняє об'єкт із даного сегмента; жорстока для суб'єкта конкуренції - коли об'єкт поглинає, знищує або виганяє суб'єкт із даного сегмента; гіперконкуренція - зростаюча динамізація конкуренції для всіх учасників ринку
За характером поведінки продавця	Монополія - якщо ситуація на ринку залежить тільки від власної поведінки продавця і реакції на нього покупців; поліполія - якщо продавець не може передбачити реакцію конкурентів і бере ринкову ціну як дану; монополістична - якщо продавець не може передбачити реакцію конкурентів і вибирає ціну, тому що його продукція диференційована, але це не впливає істотно на його конкурентів; олігополія - якщо продавець повинен урахувати реакцію своїх конкурентів
За ступенем диференціації товарів	Гомогенна - однорідна конкуренція, яка не включає диференціацію товару; гетерогенна - різнорідна, із диференціацією товару
За ступенем складності проникнення в галузь	Відкрита - без бар'єрів входження в галузь; закрита - із бар'єрами входження в галузь
Залежно від дотримання норм і правил	Сумлінна - конкуренція, яка здійснюється відкрито на ринку з повним дотриманням чинного законодавства й етичних норм; несумлінна - конкуренція, яка здійснюється на ринку з повним або частковим порушенням чинного законодавства й етичних норм
Залежно від отриманих результатів	Реальна (ефективна) - динамічна конкуренція, яка стимулюється прагненням до одержання надприбутків за рахунок конкурентних переваг; потенційна - інтереси підприємств розрізнені в часі та просторі
Залежно від ступеня взаємозамінності товарів	Параметрична - конкуренція серед виробників аналогічної продукції; товарна - конкуренція зовнішнім виглядом і функціями; марочна - конкуренція торгових марок виробників однорідної продукції; конкуренція бажань - конкуренція принципово іншої продукції, що конкурує на рівні бажань
За характером виникнення	Первинна - конкуренція, яка виникла і має місце вперше; похідна - конкуренція, створена, введена з іншої подібної
Залежно від цілей	Стратегічна - конкуренція стратегічної направленості; тактична - конкуренція тактичної направленості

Джерело: узагальнено автором на основі проаналізованих літературних джерел [1; 5; 6; 7; 13; 15; 19].

і по суті головною функцією конкуренції — це боротьба виробників за споживача, з метою завоювання ринку та забезпечення сталого прибутку.

У рамках цього дослідження, на нашу думку, варто навести класифікацію видів конкуренції (табл. 3), оскільки це є корисним з огляду на те, що вона дозволить

Таблиця 4. Особливості сучасної конкуренції

Особливості сучасної конкуренції	
Інноваційна	Характеризується проведенням політики інноваційних перетворень, яка призводить до появи все більш передових технологій, нових видів бізнесу та досягненню унікальних конкурентних переваг
Диференційована	Характеризується тим, що компанії прагнуть до диференціації не тільки продукції, а й організації виробництва
Поляризована	Виражається в тому, що споживачі більше віддають перевагу дорогій або дешевій продукції, ігноруючи продукцію середньої вартості
Динамічна	Характеризується готовністю швидкої зміни позицій конкурентів та розміщення сил на ринку
Інформатизована	Проявляється у швидкому поширенні інформації за допомогою інформаційно-комунікаційної системи
Глобальна	Характеризується підсиленням та загостренням конкурентної боротьби між вітчизняними та іноземними компаніями, стимулюючи їх ефективну діяльність

Джерело: побудовано автором на основі [22].

підприємствам, що функціонують в умовах конкуренції, прискорити процес пристосування до конкретного типу конкуренції, що панує на ринку.

Таким чином, наведені підходи до класифікації конкуренції вказують на те, що вплив даної категорії безпосередньо впливає на підприємство, оскільки формування та обґрунтування стратегії розвитку буде залежати від типу конкуренції на певному ринку.

Слід також зауважити, що сучасна конкуренція, на відміну від класичної, має ряд характерних особливостей (табл. 4).

Виходячи з вищенаведеної інформації, конкуренція є необхідною та однією із найважливіших умов існування ринкової економічної системи. Конкуренція нерозривно пов'язана з поведінкою споживача. Такий зв'язок змушує підприємств формувати стратегії розвитку підприємства, які ведуть до постійних нововведень, змін, поліпшень, які впроваджуються у будь-яку сферу діяльності підприємств.

ВИСНОВКИ

Аналіз досліджень показав, що не існує єдиної думки стосовно розуміння поняття конкуренція. Наведений аналіз стану трактування поняття "конкуренція" показує, що на сучасному етапі постає питання щодо необхідності формування єдиної дефініції "конкуренція" як наукового поняття. Таким чином, у визначенні поняття "конкуренція", на нашу думку слід виділити три основні підходи: перший — визначає конкуренцію як елемент ринкового механізму, який дозволяє врівноважити попит і пропозицію; другий — визначає конкуренцію як критерій, за яким визначається тип галузевого ринку, він ґрунтується на сучасній теорії морфології ринку; третій — визначає конкуренцію як змагальність, суперництво на певному сегменті ринку між окремими суб'єктами, зацікавленими в досягненні однакових цілей.

Література:

1. Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика: навч. посіб. М.: ГНОМ и Д, 2001. 304 с.
2. Маслак О.І., Квятковська Л.А., Кулінічев П.К. Конкуренція: її сутність та особливості в умовах глобалізації. 2014. № 3/3(17). С. 57—61.
3. Павлюк Т.І., Сутність та роль конкуренції в ринковій економіці. Економіка і суспільство. 2016. URL: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/6_ukr/2.pdf (дата звернення: 03.05.2018)

4. Лупак Р.А., Васильців Т.Г. Конкуренентоспроможність підприємства: навч. посіб. 484 с.

5. Адамик В.А. Оцінка конкурентоспроможності підприємства. Вісник Тернопільського національного економічного університету. 2012. № 1. С. 69—78.

6. Маркс К., Энгельс Ф. Капитал. 2-е изд. М.: Политиздат, 1960. Т. 23. 907 с.

7. Мочерний С.В. Політекономія: підручник. К.: Вікар, 2005. — 386 с.

8. Панасенко Д.А. Конкуренентоспроможність підприємства: сутнісна та функціональна характеристики. Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Львів: 2012. № 727. С. 270—276.

9. Андрощук Г.О., Шкляр С.В. Конкуренентне право: захист від недобросовісної конкуренції. Науково-практичне видання. К.: Юстініан, 2012. 472 с.

10. Грецький Р. Теоретичні підходи до визначення природи та сутності конкуренції. Формування ринкових відносин в Україні. 2015. № 2. С. 35—38.

11. Долан Э., Линдсей Д. Рынок: микроэкономическая модель / пер. с англ. В. Лукашевича и др. СПб, 1992. 496 с.

12. Никифоров А.Д. Управление качеством: учеб. пособие. М.: Дрофа, 2004. 720 с.

13. Базилевич В.Д. Економічна теорія. Політекономія. Практикум: навч. посіб. К.: Знання, 2010. 494 с.

14. Рудницька М.О. Мікроекономіка: навч. посіб. К.: ЦУЛ, 2008. 360 с.

15. Фатхутдинов Р.А. Конкуренентоспособность: экономика, стратегия, управление. М.: Инфра-М, 2000. 312 с.

16. Гейер Г.В. Управление в условиях инновационной конкуренции: моногр. Донецк: Норд-Пресс — ДонГУЭТ, 2006. 325 с.

17. Портер М.Е. Стратегія конкуренції / пер. з англ. А. Олійник, Р. Сільський. К.: Основи, 2009. 390 с.

18. Шумпетер Й. Теория экономического развития (исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры). М.: Прогресс, 1982. 456 с.

19. Сміт, А. Добробут націй. Дослідження про природу та причини добробуту націй. К.: Port-Royal, 2001. 596 с.

20. Блауг М. 100 великих економістів до Кейнса. СПб.: Економікус, 2008. 352 с.

21. Азоев Г.А. Конкуренентные преимущества фирмы. М.: НОВОСТИ, 2000. 256 с.

22. Антонюк Л.Л. Міжнародна конкурентоспроможність країн: теорія та механізм реалізації: монографія. К.: КНЕУ, 2004. 273 с.

References:

1. Judanov, A.Ju. (2001), Konkurentsya: teoriya y praktyka [Competition: Theory and Practice], HNOM y D, Moscow, Russia.
2. Maslak, O.I. Kviatkovs'ka, L.A. and Kulnichev, P.K. (2014), "Competition: its essence and features in the conditions of globalization", Tekhnolohycheskyj audyt y rezervy proyzvodstva, vol.3/3(17), pp. 57—61.
3. Pavliuk, T.I. (2016), "The essence and role of competition in a market economy", available at: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/6_ukr/2.pdf (Accessed 03 May 2019).
4. Lupak, R.L. and Vasyl'tsiv, T.H. (2016), Konkurentospromozhnist' pidpriemstva [Competitiveness of the enterprise], Kyiv, Ukraine.
5. Adamyk, V.A. (2012), "Assessment of the competitiveness of the enterprise", Visnyk Ternopil's'koho natsional'noho ekonomichnoho universytetu, vol. 1, pp. 69—78.
6. Marks, K. and Jengel's, F. (1920), Kapytal [Capital], 2nd ed, Politizdat, Moscow, Russia.
7. Mochernyj, S.V. (2005), Politekonomiia [Political economy], Vikar, Kyiv, Ukraine.
8. Panasenko, D.A. (2012), "Competitiveness of the enterprise: the essential and functional characteristics", Visnyk Natsional'noho universytetu "L'vivs'ka politekhnik", vol. 727, pp. 270—276.
9. Androschuk, H.O. and Shkliar, S.V. (2012), Konkurentne pravo: zakhyst vid nedobrosovisnoi konkurentsii [Competition Law: Protection against Unfair Competition], Yustinian, Kyiv, Ukraine.
10. Hrets'kyj, R. (2015), "Theoretical approaches to the definition of the nature and essence of competition", Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini, vol. 2, pp. 35—38.
11. Dolan, Je. and Lindsej, D. (1992), Rynok: mykroekonomycheskaia model' [Market: microeconomic model], St. Petersburg, Russia.
12. Nikiforov, A.D. (2004), Upravlenye kachestvom [Quality control], Drofa, Moscow, Russia.
13. Bazylevych, V.D. (2010), Ekonomichna teoriia. Politekonomiia. Praktykum [Economic theory. Political economy. Practical work], Znannia, Kyiv, Ukraine.
14. Rudnyts'ka, M.O. (2008), Mikroekonomika [Microeconomics], TsUL, Kyiv, Ukraine.
15. Fathutdinov, R.A. (2000), Konkurentosposobnost': ekonomyka, stratehiya, upravlenye [Competitiveness: economy, strategy, management], Infra-M, Moscow, Russia.
16. Gejer, G.V. (2006), Upravlenye v uslovyakh ynovatsyonnoj konkurentsyy [Management in the conditions of innovative competition], Nord-Press- DonGUJeT, Doneck, Ukraine.
17. Porter, M.E. (2009), Stratehiia konkurentsii [Strategy of competition], Kyiv, Ukraine.
18. Shumpeter, J. (1982), Teoriya ekonomycheskoho razvytyia (yssledovanye predprynymatel'skoj prybyly, kapytala, kredyta, protsenta y tsykla kon'iunktury) [Theory of economic development (study of business profits, capital, credit, interest and business cycle)], Moscow, Russia.
19. Smit, A. (2001), Dobrobut natsij. Doslidzhennia pro pryrodu ta prychny dobrobutu natsij [The welfare of nations. Studies on the nature and causes of the welfare of nations], Port-Royal, Kyiv, Ukraine.
20. Blaug, M. (2008), 100 velykykh ekonomystov do Kejnsa [100 great economists to Keynes], Jekonomikus, St. Petersburg, Russia.
21. Azoev, G.L. (2000), Konkurentnye preymuschestva fyrmy [Competitive advantages of the company], Novosti, Moscow, Russia.
22. Antonjuk, L. L. (2004), Mizhnarodna konkurentospromozhnist' krain: teoriia ta mekhanizm realizatsii [International Competitiveness of Countries: Theory and Mechanism of Realization], KNEU, Kyiv, Ukraine.

Стаття надійшла до редакції 10.05.2019 р.

ПЕРЕДПЛАТА

ВИДАННЯ МОЖНА ПЕРЕДПЛАТИТИ З БУДЬ-ЯКОГО МІСЯЦЯ!

— ЧЕРЕЗ РЕДАКЦІЮ (ТЕЛ. 458-10-73);

— ЧЕРЕЗ ДП "ПРЕСА"
(У КАТАЛОЗІ ВИДАНЬ УКРАЇНИ);

— ЧЕРЕЗ ПЕРЕДПЛАТНІ АГЕНТСТВА