

УДК 336.6:330.1

Ю. М. Мельник,  
здобувач, Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

## СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ СФЕРИ

Yu. Mel'nik,  
researcher, Odessa National Academy of Food Technologies, Odessa

SOCIAL ASPECTS OF ENTERPRISE COMPETITIVENESS AGRICULTURAL AND FOOD SECTOR

Перехід України до сталого економічного розвитку, її інтеграція до європейського співтовариства вимагають запровадження сучасної практики взаємодії суспільства, держави і бізнесу. Поняття конкурентоспроможності продукції визначено тільки у XX столітті, але формування конкурентних відносин відбувалось значно раніше. Поняття конкурентоспроможності є похідним від конкуренції та обумовлене законами її дії, механізмом забезпечення конкурентних переваг продукції та товаровиробників, виявлення цінностей споживачів та інших. У статті розглянуто основні трактування категорій конкуренції та конкурентоспроможності, викладено авторське бачення конкурентоспроможності та соціальної конкуренції бізнесу.

Соціальна орієнтація діяльності підприємств агропродовольчої сфери є важливим інструментом підвищення їх конкурентоспроможності. Соціальна конкуренція аграрного бізнесу передбачає неухильне виконання вимог законодавства, чітку сплату податків, облік загальноприйнятих етичних норм у практиці ведення справ, інвестиції в розвиток персоналу, виплату вищої зарплати, допомогу у вирішенні соціальних проблем співробітників та їх сімей, захист навколишнього середовища, підтримку благодійної діяльності фондів, забезпечення робочими місцями, створення безпечних умов праці та охорону здоров'я.

Ukraine's transition to sustainable economic development and its integration into the European community, require the introduction of modern practices of interaction between society, government and business. The concept of competitive products specified only in the XX century, but the formation of competitive relations took place much earlier. The concept of competitiveness is derived from competition laws and is due to its action mechanism to ensure competitive advantages of products and manufacturers, identify values and other consumers. This paper reviews the main treatment categories of competition and competitiveness, the author sets out vision for competitiveness and social competition business. Social orientation dilnosti agri-business sphere is an important tool to improve their competitiveness. Social competition Agribusiness provides strict implementation of legal requirements, accurate payment of taxes, registration accepted ethical standards in the practice of doing things, investment in staff development, pay higher wages, assistance in solving social problems of employees and their families, the environment, supporting charitable fund, provide jobs, create safe working conditions and health.

*Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність, соціальна конкуренція, конкурентні переваги, суб'єкти господарювання.*

*Key words: competition, competitiveness, social competition, competitive advantage, businesses.*

### ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ (АКТУАЛЬНІСТЬ)

Ефективна інтеграція до світового економічного простору є важливим напрямом розвитку України в сучасних умовах. Успіх зовнішньоекономічної політики держави, входження її до системи світогосподарських зв'язків залежить від рівня власної міжнародної конкурентоспроможності. Орієнтація державної політики на підвищення конкурентоспроможності економіки дасть змогу чітко окреслити свою

роль та місце на міжнародних ринках і розширити можливості для реалізації зовнішньоекономічної політики держави. Фактором досягнення цілей слугуватиме раціональне поєднання загальнодержавних пріоритетів підтримки конкурентних переваг країни в цілому і окремих її регіонів, галузей, підприємств.

Конкурентоспроможність суб'єктів господарської діяльності характеризує ефективність інноваційної діяльності та потенційні можливості підприємства в умовах конкурентного се-

Таблиця 1. Погляди на дефініції конкуренції та конкурентоспроможності

Автори	Визначення
Макконнелл К.Р., Брю С.Л.	Конкуренція – це існування на ринку більшої кількості незалежних покупців та продавців, здатність вільно входити на ринок та лишати його [1]
Шумпетер І.	Конкурентоспроможність – це постійні радикальні нововведення, які забезпечують здатність товарів займати певну ринкову нішу [2]
Федулова Л.І.	Конкурентоспроможність – це процес управління певною сферою діяльності для завоювання довгострокових конкурентних позицій [3]
Азов Г.Л.	Конкуренція – суперництво на якомусь полі діяльності між окремими юридичними та фізичними особами, що зацікавлені в досягненні однієї цілі [4]
Юданов А.Ю.	Ринкова конкуренція – це боротьба фірм за обмежений об'єм платоспроможного попиту споживачів, що ведеться ними на приступних сегментах ринку [5]
Черванев Д.М., Рейкова Л.І.	Конкурентоспроможність – це сукупність відмінних від аналогів якісних та вартісних характеристик, які забезпечують потреби споживачів [6]
Гельвановський М.Н.	Конкурентоспроможність – це стан ціни та якості конкурентних товарів, які вироблені певним підприємством [7]
Закон України "Про захист економічної конкуренції" від 11 січня 2001 року № 2210-III	Конкуренція – це змагання між суб'єктами господарювання з метою одержання прибутку завдяки власним зусиллям переваг над іншими суб'єктами господарювання [8]
Авторські визначення	Конкурентоспроможність фірми – це стратегічна поведінка фірми на ринку, направлена на забезпечення і підтримку сталого розвитку фірми, держави і суспільства в економічній, екологічній та соціальній сферах
	Соціальна конкуренція бізнесу – це процес досягнення конкурентних переваг на основі системи взаємовідносин, що існують між суб'єктами господарювання і суспільством, в якому вони функціонують, з метою досягнення взаємного економічного та соціального ефекту

редовища. Для підприємців конкуренція виступає стимулом до підвищення продуктивності праці, постійного пошуку і вдосконалення виробничої та комерційної діяльності, науково-технічного та інноваційного розвитку, впровадження нових форм організації й управління бізнесом. Тому сьогодні питанню конкурентоспроможності присвячено значну кількість наукових досліджень. Разом з тим, як показує аналіз, наявні дослідження, наукові праці не дають відповіді на деякі питання, зокрема серед невирішених проблем слід відзначити існуючу невизначеність понятійного апарату, який використовується, відсутність у вітчизняних і зарубіжних учених єдині думки щодо сутності поняття "конкурентоспроможність". Від розуміння сутності цього питання у значній мірі залежать науково-методичний інструментарій вирішення проблем конкурентоспроможності (оцінки її рівня, вибір та обґрунтування заходів щодо підвищення конкурентоспроможності тощо).

### АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Наведеним питанням присвячені дослідження багатьох вчених. А. Сміт, А. Маршал, А. Курно, Дж. Робінсон, Е. Чемберлін, Й. Шумпетер, Ф. Хайєк та інші послідовно розвивали вчення про конкуренцію. Сформульовані ними основні положення були розвинені у працях сучасників — зарубіжних і вітчизняних вчених: М. Портера, Дж. Стіглера, Ф. Шерера, Д. Росса, Л. Вавермана, В. Віскузі, Дж. Вернона, І. Кірцнера, С. Авдашевої, Г. Азоєва, М. Книша, В. Новикова, Н. Розанової, Р. Фатхутдінова, А. Шастітко, А. Юданова та інших. Питання розвитку

теорії та практики аспектів соціальної відповідальності бізнесу знайшли висвітлення в роботах зарубіжних та українських вчених: Черних О.В., Алексеєва А., Гессен А.Є., Деркач С., Смовженко Т.С., Кузнецова А.Я., Сівак О.Б., Колот А.М., Друкер П., Керолл А., Мескон М., Гришова І.Ю., Кужель В.В., Шабатура Т.С., Чирва О.Г., Гнатєва Т.Н., наукові розробки яких в аспектах формування інноваційного потенціалу підприємств, фінансового забезпечення їх стратегічного розвитку, державної підтримки інноваційного розвитку підприємств аграрного сектора і т.д. базуються на досвіді зарубіжних країн і моделях соціальної відповідальності. Незважаючи на значні досягнення в теорії конкурентоспроможності, проблеми забезпечення конкурентоспроможності залишаються актуальними й потребують удосконалення методологічних питань та проведення гносеологічного дослідження.

### МЕТА СТАТТІ

Метою статті є дослідження еволюції теорій конкурентоспроможності, удосконалення дефініції конкурентоспроможності фірми, виявлення соціальних аспектів конкурентоспроможності аграрних підприємств.

### ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Конкуренція — одна з головних рис ринкової економіки. Вона виконує роль регулятора темпів і обсягів виробництва, спонукаючи виробника запроваджувати науково-технічні досягнення, підвищувати продуктивність праці, вдосконалювати технологію, організацію праці тощо. Вона сприяє витісненню з виробництва неефективних підприємств, раціональному ви-

користанню ресурсів, запобігає проявам монополізму. Від рішення проблеми підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств будь-якої форми власності, оптимізації їх функціонування та виживання в ринковому середовищі багато в чому залежить якість відтворювальних процесів, дохідність підприємств, їх адаптація до ринкових умов та подальший економічний розвиток. Конкуренція веде до постійного росту ефективності виробництва, спонукає виробників уникати збитків та скорочувати витрати.

Поняття конкурентоспроможності продукції визначено тільки у ХХ столітті, але формування конкурентних відносин відбувалось значно раніше. Поняття конкурентоспроможності є похідним від конкуренції та обумовлене законами її дії, механізму забезпечення конкурентних переваг продукції та товаровиробників, виявлення цінностей споживачів та інших. Тому доцільно дослідити основні трактування категорій конкуренції та конкурентоспроможності (табл. 1).

Таким чином, в умовах соціально орієнтованої ринкової економіки варто розглядати конкурентоспроможність аграрних підприємств в аспекті переорієнтації конкурентних переваг з досягнення суто економічного ефекту на поєднання дій у сфері екологічної та соціальної відповідальності. Переорієнтація конкурентоспроможності бізнесу на соціальну спрямованість враховує дії компанії відносно середовища, в якій вона функціонує і її вплив на це середовище. Велике значення при цьому має оточення компанії, яке представлено безпосередньо і побічно зацікавленими особами в діяльності компанії: партнерами, споживачами, працівниками та їх представниками, спільнотами, в яких знаходиться компанія, неурядовими організаціями, фінансовими інститутами, інвесторами, державою. Сукупна діяльність і активність зазначених вище зацікавлених осіб може суттєво вплинути на: конкурентні переваги компанії; її репутацію; її здатність залучати та утримувати працівників, споживачів, клієнтів або користувачів; забезпечення внутрішньої мотивації працівників, у тому числі шляхом підвищення продуктивності їхньої праці; підвищення привабливості компанії для фінансових агентів (інвесторів, кредиторів і т.д.); її відносини із зовнішнім оточенням — партнерами, державою, ЗМІ, споживачами і суспільством, в якому вона функціонує.

Соціальна конкуренція аграрного бізнесу, крім виробництва якісних продуктів, передбачає неухильне виконання вимог законодавства, чітку сплату податків, облік загальноприйнятих етичних норм у практиці ведення справ, інвестиції в розвиток персоналу, виплату вищої зар-

плати, допомогу у вирішенні соціальних проблем співробітників та їх сімей, захист навколишнього середовища, підтримку благодійної діяльності фондів, забезпечення робочими місцями, створення безпечних умов праці та охорону здоров'я. Соціальна конкуренція бізнесу повинна починатися всередині організації з відповідального ставлення до персоналу організації (створення нових робочих місць; просування сучасних стандартів і технологій виробництва; утвердження принципів соціального партнерства, справедливості, прозорості у трудових відносинах; підвищення оплати праці; зростання продуктивності праці; розвиток власного персоналу поліпшення умов охорони праці і т.д.).

У сучасній економічній теорії виділяють три концептуальні підходи до конкуренції:

— поведінковий, який розглядає конкуренцію як зіткнення, боротьбу, змагання суб'єктів господарювання (його представники — А. Сміт, М. Портер, А. Юданов та ін.);

— структурний передбачає аналіз структури ринку і конкурентного середовища, тобто умов і факторів, що визначають і впливають на розвиток підприємництва (К. Макконелл, С. Брю, Ф. Шерер, Д. Росе, Дж. Мейсон, С. Авдашева, Н. Розанова та ін.);

— функціональний підхід акцентує увагу на ролі конкуренції в економіці (А. Сміт, Й. Шумпетер, Ф. Хайєк, В. Новиков та ін.) [9].

Конкуренцію як суперництво індивідуальних продавців і покупців на ринку за більш вигідні продажі і покупки відповідно розглядав А. Сміт. Поведінкове трактування конкуренції полягає в ринковій боротьбі за гроші покупця шляхом постійного задоволення його зростаючих потреб. Структурне трактування конкуренції передбачає проведення аналізу структурних елементів ринку, визначення правил поведінки продавців та покупців. Функціональне трактування конкуренції визначає постійне відновлення товару на ринку шляхом впровадження інновацій у розробку і випуск продукції.

Структурний підхід характеризується зміщенням аналітичної роботи в дослідження ринку й умов, які його характеризують. Таким чином, у центрі уваги стає не суперництво фірм за залученням покупців, а виявлення можливостей впливу на загальний рівень цін на ринку.

Прихильник третього підходу Й. Шумпетер визначає конкуренцію як суперництво старого з новим, з інноваціями. При такому підході вчені в першу чергу звертають увагу на важливість наслідків конкурентної боротьби.

Постулати вільної конкуренції та взаємозв'язані з нею економічні системи були вперше закладені в класичній економіці. До представників класичної школи економічної науки XVIII

століття, які розглядали теоретичні основи конкурентоспроможності належить А. Сміт. У роботі "Дослідження про природу та причини багатства народів" він обґрунтував правила функціонування вільного ринку під впливом економічних законів, що координують поведінку покупців та споживачів. Вільна конкуренція виступає рушійною силою дії ринкового механізму. Держава в цілому не повинна втручатися в економіку і торгівлю, тому що там діє "невидима рука" — автоматичний урівноважувальний механізм конкурентного ринку.

Послідовником теорії А. Сміта став Д. Рікардо, який доповнив його дослідження теорією порівняльних переваг: ринкові сили самі спрямовують ресурси країни туди, де вони найбільш продуктивні. Теоретична модель досконалої конкуренції вченого стала основою для обґрунтування цінового регулювання ринку та розвитку капіталістичної економіки.

Підтримав погляди Д. Рікардо Дж. Мілль, який вважав, що вільна конкуренція є єдиним регулюючим фактором встановлення ціни, заробітної плати, ренти та є законом, який визначає правила такого регулювання. Вчений не підтримував соціалізм, вважав, що він знищить конкуренцію, але в той самий час він був не повністю задоволений природною конкуренцією, яку спостерігав. Праці Дж. Мілля містять низку оригінальних ідей, що є значним внеском у науку. Найважливіша з них — теорія попиту та пропозиції. Безпосередньо ціни встановлюються конкуренцією, яка виникає тоді, коли покупець намагається купити дешевше, а продавець продати дорожче. При вільній конкуренції ринкова ціна урівноважує попит та пропозицію.

Наукові дискусії про характер ціноутворення в умовах монополії та появи нецінових форм конкуренції знайшли своє відображення в працях Е. Чемберлена та Дж. Робінсон. Головним об'єктом досліджень у роботі Е. Чемберлена "Теорія монополістичної конкуренції" є оптимізація ринкових взаємовідносин і виробничої діяльності монополій, що конкурують між собою в умовах масового виробництва спеціалізованої продукції. Він виявив, що монополія і конкуренція не є взаємовиключними поняттями. Поєднання монополії з конкуренцією досягається в умовах створення ринку одиночних товарів і диференціації продукту, при цьому на ринку діють багато продавців, товар якісно різноманітний (диференційований), вхід у виробництво товарів близьких товарних груп не обмежений. Таку ринкову ситуацію Е. Чемберлен назвав "мополістичною конкуренцією".

У роботі "Економічна теорія недосконалої конкуренції" Дж. Робінсон переглянула традиційну теорію цінності, що базується на концепції досконалої конкуренції, дослідила меха-

нізми ринкової конкуренції, монополізації ринку в системі приватного підприємництва. Фактично визнала наявність монополій і немонополістичних фірм. Але при цьому відійшла від розуміння "досконалої" і "недосконалої конкуренції", прийнятих у літературі кінця XIX початку XX ст., коли досконалу конкуренцію отожднювали з вільною конкуренцією, а недосконалу розглядали у зв'язку з монополією, соціальною несправедливістю. Під "досконалою конкуренцією" Дж. Робінсон розуміла зрілу монополію (абсолютну монополію), яка прямує не до максимізації прибутку, а до мінімального ризику й забезпечення стійких темпів зростання. "Недосконалою" вона назвала конкуренцію за отримання високих монополієвих прибутків. Монополії, на її думку, виступають дестабілізуючим фактором соціально-економічних відносин. На основі цього Дж. Робінсон прийшла до необхідності державного регулювання, ринку товарів.

Ідею оцінювання цінності товару через фактори "споживчої вартості" та "вартості" у праці "Капіталі" виклав К. Маркс. Споживчу вартість він визначає як сукупність корисних властивостей товару та здатність задовольняти яку-небудь потребу суспільства або окремої людини (може слугувати їжею, бути одягом або іншим корисним предметом). Товар повинен мати не просто споживчу вартість, а суспільну споживчу вартість, коли він покликаний задовольняти потреби не самого виробника, а інших членів суспільства, до яких потрапляє у процесі обміну. Ідея виміру цінності товару дістала подальшого розвитку в теорії оцінки якості продукції та конкурентоспроможності.

Подальші теоретичні дослідження питань конкуренції та забезпечення конкурентоспроможності пов'язані з формуванням "неокласичної економічної теорії" і представлені в роботах П. Самуельсона, Ф. Візера, Ф. Хайєка, К. Менгера, Е. Бем-Баверка, Ф. Еджворта, А. Маршалла, Й. Шумпетера, В. Нордхауса, М. Портера та інших. Неокласична школа більш точно та повно представила вплив досконалої конкуренції на цінову систему. Кінець XIX та початок XX століть ознаменувався періодом істотних змін у поглядах на конкуренцію та її значення в економіці. Невдоволення існуючою моделлю досконалої конкуренції було пов'язане з привертанням уваги тільки до цінової конкуренції і неможливістю через це розкрити сутність конкурентної діяльності. У результаті в економічну теорію введений новий методологічний підхід — маржиналізм, який виник у середині XIX ст. і набув поширення у 70-ті роки XX ст. Його представниками є К. Менгер, А. Маршалл, Е. Бем-Баверк, Ф. Візер та інші.

У своїх працях А. Маршалл більш послідовно та повно обґрунтував механізм автоматичного встановлення рівноваги на ринку за допомогою досконалої (чистої) конкуренції та дії законів граничної корисності, граничної продуктивності, ввів поняття еластичності попиту, виділив три періоди рівноваги попиту і пропозиції.

Представник ліберальної економіки Ф. Хайек вперше включив у ефективну конкуренцію фактор монополії на інформацію, що створюють більше конкурентних можливостей.

Теорія "монополістичної конкуренції" або "працездатної конкуренції" Й. Шумпетера визнає існування великих фірм, які займають лідируючі позиції на ринку. На його думку, така ситуація забезпечує найкращі умови для розвитку суспільного виробництва, сприяє розквіту творчої сили корпорацій, удосконаленню конкуренції, усуненню всіх негативних сторін монополії та подоланню анархічних наслідків вільної конкуренції. Він пов'язує ефективну конкуренцію з виробництвом нової продукції, впровадженням нових технологій, нових ресурсів, нового типу організації, вдосконаленням умов виробництва, тобто інновацією.

Об'єднав в одну концепцію неокласичну мікроекономіку й кейнсіанську макроекономіку П. Самуельсон. Він був одним із засновників неокейнсіанства та запропонував теорію виявлення уподобань, у якій визначаються уподобання споживача на основі його поведінки. Учені П. Самуельсон та В. Нордхаус заперечують існування в сучасній економіці цілковито досконалої конкуренції, вказуючи на неревальність цього явища. На їхню думку, владу у світі мають іноді одна або декілька фірм, і переважно господарює недосконала конкуренція.

Найбільше поширення отримала теорія конкурентоспроможності у працях М. Портера, у яких показано напрями активного формування конкурентоспроможності галузей на основі інтенсифікації ринкової конкуренції. За його концепцією інтенсивність конкуренції національних економік залежить від п'яти основних конкурентних сил, від первинних факторів, таких, як дешева праця, до стадії конкуренції на основі інновацій і конкуренції на основі багатства. М. Портер доводить, що стійкі переваги країни виникають не від використання галуззю специфічних факторів, якими вона володіє, а є результатом зусиль підприємств із впровадження інновацій у розвиток нового продукту, технологій, брендів, методів задоволення споживачів. У своїх працях він активно використовує поняття економічного кластера, доводячи, що конкурентоспроможність підприємств залежить від економічного оточення, зовнішнього і внутрішнього. М. Портер виділяє цінності продукції: первинні (матеріально-технічне забезпе-

чення діяльності підприємства, виробничі процеси, матеріально-технічне забезпечення, маркетинг і продажі, обслуговування) та вторинні (закупки, розвиток технології, управління людськими ресурсами, підтримка інфраструктури фірм). Кожна фірма має розробити унікальну стратегію діяльності, властиву її умовам функціонування. Праці М. Портера мають велике значення для аналізу конкуренції і розроблення стратегій суб'єктів діяльності на внутрішніх та міжнародних ринках.

## ВИСНОВКИ

Таким чином, сформовано загальні уявлення про сутність конкуренції, її основних рушійних сил, що відображено у постулатах чотирьох класичних моделей: досконалої (чистої), монополістичної, олігополістичної конкуренції та чистої монополії. На основі дослідження дефініцій конкуренції та конкурентоспроможності представлено авторське визначення, яке розглядає конкурентоспроможність в контексті соціальної відповідальності суб'єктів господарювання. У сучасних умовах ринкового перенасичення та великої диференціації купівельної спроможності споживачів особливого значення набуває гнучкий відбір джерел конкурентних переваг, що мають відповідати потребам визначеного сегмента споживачів.

## Література:

1. Макконнелл К.Р., Брю С.Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика / Пер. с англ. 11-го изд. — К.: ХаГар, 2000. — 785 с.
2. Шумпетер Й. Теория экономического развития. — М.: Прогресс. — 1982. — 456 с.
3. Федуллова А.І. та ін. Менеджмент організації — Київ: Либідь, 2003. — 445 с.
4. Азоев Г.Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г.Л. Азоев, А.П. Челенков. — М.: Новости, 2006. — 267 с.
5. Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика. — 2-е изд. [Текст] / А.Ю. Юданов. — М.: Гном-Пресс, 1998. — 310 с.
6. Черваньев Д.М., Рейкова А.І. Менеджмент інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств України. — К.: Знання. — 1999. — 514 с.
7. Гельвановский М.Н. Конкурентоспособность в микро- и макроизменениях // Российский журнал. — 1998. — № 3. — С. 5—17.
8. Закон України "Про захист економічної конкуренції" від 1 січня 2001р. № 2210 // Відомості Верховної Ради України. — 2001. — № 12 — С. 64.
9. Краснов В.Н. Рынок общественное разделение труда и отношения между товаропроизводителями. Экономическая теория: истоки и перспективы / Экономический факультет МГУ. — М.: "ТЕИС", 2006. — 263 с.

10. Александров І.О., Бурук Г.П. Еволюція дефініції конкурентоспроможності продукції / Маркетинг і менеджмент інновацій. — 2010. — № 2. — С. 89—99.

11. Кужель В.В. Очікуваний результат соціальної відповідальності бізнесу та його вплив на стратегічний розвиток економіки агропродовольчої сфери [Електронний ресурс] / В.В. Кужель // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. — 2014. — № 3 (13). — С. 162—166. — Режим доступу: <http://economics.opu.ua/files/archive/2014/n3.html>

12. Чирва О.Г. Інфраструктурне забезпечення сталого розвитку харчових підприємств [Електронний ресурс] / О.Г. Чирва // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. — 2014. — № 1 (11). — С. 16—23. — Режим доступу: <http://economics.opu.ua/files/archive/2014/n1.html>

13. Чирва О.Г. Організаційно-економічні механізми підвищення рівня конкурентоспроможності харчових підприємств / О.Г. Чирва, В.С. Негоденко // Збірник наукових праць Уманського національного університету садівництва / Редкол.: А.Ф. Головчук (відп. ред.) та ін. — Умань, 2011. — Вип. 76. — Ч. 2: Економіка. — С. 368—375.

14. Кужель В.В. Імунізація економіки агропродовольчої сфери в контексті реалізації принципів соціальної відповідальності бізнесу / В.В.Кужель // Економічний форум. — № 3. — 2014. — С. 17—22.

15. Митяй О.В. Концепція організаційно-економічного механізму підвищення ефективності діяльності аграрного підприємства / О.В. Митяй // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. — 2013. — № 3. — С. 39—46. — Режим доступу: <http://economics.opu.ua/files/archive/2013/n2.html>

16. Митяй О.В. Основні напрямки оцінки потенційних можливостей аграрних підприємств / О.В. Митяй // Весник науки Тольяттинського державного університету. — 2013. — № 4 (22). — С. 48—58.

References:

1. Macconnell, C.R. and Brue, S.L. (2000), *Ekonomyks: pryntsyru, problemy u polytyka* [Economics: principles, problems and policies], 11th ed, KHaHar, Kyiv, Ukraine.

2. Shumpeter, J. (1982), *Teoriya ekonomy-cheskoho razvytyia* [The theory of economic development], Prohress, Moskva, Rosiia.

3. Fedulova, L.I. (2003), *Menedzhment orhanizatsij* [Management of Organizations], Lybid', Kyiv, Ukraine.

4. Azoev, H.L. and Chelenkov, A.P. (2006), *Konkurentnye preymuschestva fyrmy* [Competitive advantages of the company], Novosty, Moskva, Rosiia.

5. Yudanov, A.Yu. (1998), *Konkurentsytia: teoriya u praktyka* [Competition: Theory and Practice], 2nd ed, Hnom-Press, Moskva, Rosiia.

6. Chervan'ev, D.M. and Rejkova, L.I. (1999), *Menedzhment innovatsijno-investytsijnoho rozvytku pidpryemstv ukrainy* [Management of innovation and investment development companies in Ukraine], Znannia, Kyiv, Ukraine.

7. Hel'vanovskij, M.N. (1998), "Competitiveness of micro and makroizmeneniyah", *Rossyjskij zhurnal*, vol. 3, pp. 5—17.

8. The Verkhovna Rada of Ukraine (2001), *The Law of Ukraine "Protection of Economic Competition"*, *Vidomosti verkhovnoi Rady Ukrainy*, vol. 12, p.64.

9. Krasnov, V.N. (2006), *Rynok obschestvennoe razdelenye truda u otnosheniya mezhdutovaroproyzvodyteliamy* [Market social division of labor and the relationship between producers], TEYS, Moskva, Rosiia.

10. Aleksandrov, I.O. and Buruk, H.P. (2010), "Evolution of the definition of competitive products", *Marketynh i menedzhment innovatsij*, vol. 2, pp. 89—99.

11. Kuzhel', V.V. (2014), "The expected outcome of CSR and its Impact on the Agricultural and Food Sector Development Economics", *Ekonomika: realii chasu. Naukovyj zhurnal*, [Online], vol. 3 (13), available at: <http://economics.opu.ua/files/archive/2014/n3.html> (Accessed 30 July 2014).

12. Chyrva O.H. (2014), "Infrastructure for sustainable development of food enterprises", *Ekonomika: realii chasu. Naukovyj zhurnal*, [Online], vol. 1 (11), available at: <http://economics.opu.ua/files/archive/2014/n1.html> (Accessed 30 July 2014).

13. Chyrva, O.H. and Nehodenko, V.S. (2011), "Organizational and economic mechanisms to enhance the competitiveness of food businesses", *Zbirnyk naukovykh prats' Umans'koho natsional'noho universytetu sadivnytstva*, vol. 76, pp. 368—375.

14. Kuzhel', V.V. (2014), "Immunization economy agrifood sector in the context of the principles of corporate social responsibility", *Ekonomichnyj forum*, vol. 3, pp. 17—22.

15. Myt'iaj, O.V. (2013), "The concept of organizational-economic mechanism for improving the efficiency of agricultural enterprises", *Ekonomika: realii chasu. Naukovyj zhurnal*, [Online], vol. 3, available at: <http://economics.opu.ua/files/archive/2013/n2.html> (Accessed 30 July 2014).

16. Myt'iaj, O.V. (2013), "Key areas to assess potential opportunities for farms", *Vesnyk nauky Tol'iattynskoho hosudarstvennoho unyversyteta*, vol. 4, pp. 48—58.

*Стаття надійшла до редакції 30.07.2014 р.*