

Сутність та роль конкуренції в ринковій економіці

Павлюк Т.І.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри філософії та економічної теорії
Вінницького торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету

Стаття присвячена дослідженню теоретичних аспектів конкуренції та її ролі в умовах ринку. Проаналізовано основні підходи до методології дослідження конкуренції та конкурентоспроможності. Розкрито основні види конкуренції в сучасних умовах. Визначено чинники які впливають на формування конкуренції. Проаналізовано фактори, які найбільше впливають на конкуренцію в ринкових умовах.

Ключові слова: ринок, конкуренція, змагання, конкурентоспроможність підприємств, механізми ринку.

Павлюк Т.И. СУТЬ И РОЛЬ КОНКУРЕНЦИИ В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИИ

Статья посвящена исследованию теоретических аспектов конкуренции и ее роли в условиях рынка. Проанализированы основные подходы к методологии исследования конкуренции и конкурентоспособности. Раскрыты основные виды конкуренции в современных условиях. Определены факторы, влияющие на формирование конкуренции. Проанализировано факторы, которые больше всего влияют на конкуренцию в рыночных условиях.

Ключевые слова: рынок, конкуренция, соревнование, конкурентоспособность предприятий, механизмы рынка.

Pavliuyuk T.I. THE ESSENCE AND ROLE OF COMPETITION IN A MARKET ECONOMY

In the article the theoretical aspects of competition and its role in the market. The approaches to the research methodology of competitiveness and competition. The main types of competition in modern conditions. Factors influencing the competition. Factors that have the greatest effect on competition in a market.

Keywords: market, competition, competition, competitive enterprise market mechanisms.

Постановка проблеми. Ключовим поняттям, що виражає сутність ринкових відносин, є поняття конкуренції. Ефективність господарювання суб'єктів 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. В умовах існування значної кількості різних наукових підходів особливого значення набуває дослідження еволюції поглядів на конкуренцію, оскільки саме таким шляхом можна систематизувати рекомендації щодо підвищення рівня конкурентоспроможності як окремого економічного суб'єкта, так і економіки країни в цілому.

Аналіз останніх досліджень. Основні підходи до методології дослідження конкуренції та конкурентоспроможності закладені в працях таких економістів як І. Ансофф, М. Портер, Д. Рікардо, А. Сміт, Й. Шумпетер. Різноманітні питання економічної конкуренції як суспільного економічного явища досліджено в працях Г. Азоева, Л. Антонюка, Я. Базилюка, В. Геєця, Р. Фатхутдінова, А. Юданова та інших вчених.

При цьому теоретичні аспекти впливу конкуренції на ринок ще не знайшли належних відображень у дослідженнях як вітчизняних так і закордонних учених.

Формування цілей статті. Зважаючи на вищевикладене, особливо актуальним в умовах активізації глобалізаційних та інтеграційних процесів стає вивчення конкуренції як економічної категорії та дослідження шляхів підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств.

Головною **метою** цієї статті є визначення основних теоретичних аспектів конкуренції в ринковій економіці.

Виклад основного матеріалу. Характеристика ринкового економічного середовища буде неповною, якщо не розглянути таку суттєву економічну закономірність, як конкуренція. Ринок – це організаційна структура, в якій існує певний порядок. Силою, якою упорядковуються взаємовідносини між виробниками та споживачами, є конкуренція.

Конкуренція в перекладі з латинської мови означає «змагання» чи «зіткнення». У ринковій економіці конкуренція – це суперництво, боротьба між виробниками товарів та послуг

за кращі, економічно вигідні умови виробництва та реалізації продукту. Таке визначення конкуренції панувало в класичній та неокласичній теорії. Ці теорії розглядали конкуренцію як незалежну поведінку економічних агентів, які прагнули установити контроль на ринку. Спочатку тлумачення конкуренції як поведінки було пов'язане із суперництвом серед продавців та покупців за вигідні умови купівлі чи продажу товарів, що відбувалося без змови. Тобто велика кількість економічних суб'єктів не давала змоги вступати їм у змову. Ці умови збігалися з ринком досконалої, тобто необмеженої (чистої), конкуренції. Але вже неокласики почали розглядати конкуренцію як раціональну поведінку, яка виникає в умовах суперництва та боротьби економічних агентів за обмежені блага (ресурси, товари чи гроші). Обмеженість ресурсів спричиняє раціональну поведінку виробників, які повинні робити вибір між конкуруючими цілями їх використання. Водночас споживачі мають вибір між конкуруючими напрямками використання грошей, що змушує продавців вступати в конкурентну боротьбу за гроші споживачів.

Класики політичної економіки А. Сміт і Д. Рікардо відзначили, що конкуренція є змаганням заради прибутку [2, с. 88].

У наукових працях І. Ансоффа та М. Портера закладено теоретичні основи щодо розуміння понять «конкуренція», «конкурентоспроможність», «конкурентні переваги», їх взаємозв'язок та вплив на процеси планування та стратегічного управління підприємством [7, с. 221].

У роботах М. Портера також детально досліджено міжнародну конкуренцію як економічну категорію, її форми та шляхи підвищення. Вище названі науковці по праву вважаються корифеями у теорії конкуренції, результати їх досліджень були широко використані у даній статті.

Й. Шумпетер також здійснив суттєвий вклад у розвиток теорії конкуренції, визначивши, що досконалою конкуренцією для суспільства – це стимул для мінімізації витрат і максимального наближення оплати праці до її граничної продуктивності. Ефективна конкуренція, за Шумпетером, можлива тільки за умов економічної динаміки. Цей стан забезпечується якісно новим рівнем виробництва, що базується на безперервному запровадженні нововведень, новаторстві на всіх рівнях технології, управління й організації виробництва, якості продукту, освоєння нових ринків збуту, сировини. Тобто ефективна конкуренція –

це конкуренція нового типу, побудована на новаторстві [9, с. 77].

Конкуренція є основним інструментом регулювання ринкової економіки і важливою частиною ринкового середовища діяльності промислового 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 організацій і які не можуть управлятися організацією. Ринковий механізм конкуренції має основостворююче значення для підприємницької діяльності, що визначає як неминуче системне значення умов конкуренції для концептуального обґрунтування підприємницької етики. Поняття «конкуренція» пов'язане з такими поняттями як «риннок» і «товарне виробництво». Конкурентні відносини виникли одночасно з ринковими, проте перші теоретичні положення конкурентної боротьби були сформульовані лише в XVIII ст. прихильниками класичної політичної економії.

Конкуренція є необхідною і найважливішим елементом ринкового механізму господарювання, але характер і форми її на різних ринках і в різних ринкових ситуаціях неоднакові. В умовах ринкової економіки конкуренція є важливим механізмом економічних зв'язків між виробниками та споживачами. Хоча конкуренція і пов'язана з певними витратами (зокрема, з посиленням соціально-економічної диференціації в суспільстві), вона забезпечує чималий економічний ефект, стимулюючи зниження цін, підвищення якості та асортименту випускаємої продукції, впровадження науково-технічних досягнень [10, с. 86].

Економічна конкуренція є одним з регуляторів пропорцій суспільного виробництва, що стимулює його ефективність, фактором утворення середньої норми прибутку, формування ринкової вартості товару, диференціації товаровиробників за доходами, реалізації матеріального інтересу товаровиробників. Конкуренція як засіб успішного функціонування ринкової економіки в усіх своїх конкретних проявах спирається на об'єктивні процеси й закономірності, не вступає в суперечності з основними тенденціями прогресу продуктивних сил. Конкуренція – економічний процес взаємодії, взаємозв'язку і боротьби між підприємствами, що виступають на ринку з метою забезпечення кращих можливостей збуту своєї продукції, задоволення

різноманітних потреб покупців і одержання найбільшого прибутку [11, с. 95].

Об'єктивною необхідністю, що на практиці виступає як наслідок економічної конкуренції товаровиробників, є постійне прискорення процесів оновлення виробництва й продукції. Отже, конкуренція диктує жорстку технологічну дисципліну, вимагає високої якості виробів, сучасного дизайну, здатності передбачати перспективні потреби, а не лише торгувати тим, що виробляється і поки що знаходить попит.

Вперше конкуренцію як силу, здатну встановлювати та регулювати рівновагу на ринку визначив А. Сміт. Він зазначав, що скорочення пропозиції зумовлює конкуренцію серед покупців – гонитву за обмеженою пропозицією, що піднімає ціни; а надлишок пропозиції спричиняє суперництво між виробниками заради позбавлення від надлишку, що призводить до зниження цін. Конкуренція позбавляє учасників ринкового процесу влади над ціною. Як складова частина господарського механізму, конкуренція діє через попит, пропозицію та ціни. Адам Сміт у праці розглядав конкуренцію як суперництво між продавцями та покупцями за найбільш вигідні умови продажу і купівлі відповідно. Й. Шумпетер визначав конкуренцію як суперництво старого з новим, з інноваціями.

Нобелівський лауреат з економіки 1974 р., австрійський вчений Фридрих А. фон Хайєк

відзначає, що конкуренція – це процес, за допомогою якого люди отримують і передають знання [2, с. 87].

У роботі М. Портер зазначає, що конкуренція – це динамічний процес, який розвивається; це ландшафт, який безперервно змінюється, на якому з'являються нові товари, нові шляхи маркетингу, нові виробничі процеси та нові ринкові сегменти [7, с. 88].

У табл. 1. нами представлено систематизацію визначення «конкуренції», які надані різними авторами.

Відзначаючи різноманіття підходів до формулювання поняття «конкуренція», слід зазначити, що наведені поняття не охоплюють конкуренцію серед будь-яких соціальних, виробничих і біологічних систем; поняття не відображають конкуренцію як єдність статичної і динамічної суперництва, виживання систем у заздалегідь заданих або невизначених умовах; поняття не пов'язані із законодавством.

Конкуренція виступає важливою рушійною силою розвитку економічної системи, складовою частиною її господарського механізму, стає економічною основою, яка вимагає чіткого регулювання з боку держави, що повинно відобразитися в законодавчих документах.

Економічна конкуренція (конкуренція) – змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досяг-

Таблиця 1

Визначення сутності конкуренції

Автор	Зміст
Адамик В.А. [1]	Суперництво у будь-якій сфері діяльності між окремими юридичними або фізичними особами (конкурентами), зацікавленими у досягненні однієї мети
Грецький Р. [3]	Економічна категорія, що виражає виробничі відносини між товаровиробниками в процесі обміну продуктами праці
Мочерний С.В. [4]	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. [6]	Політико-економічні відносини між державами стосовно отримання кращих умов на ринках збуту для себе та своїх виробників
Пуцентейло П. [2]	В 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. [9]	Невід'ємна властивість ринку та одна з найбільш важливих характеристик зростаючої інтернаціоналізації господарської діяльності
Филіук Г.М. [10]	Процес управління суб'єктами своїми конкурентними перевагами для досягнення цілей в боротьбі з конкурентами за задоволення об'єктивних чи суб'єктивних потреб

ненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання мають можливість вибрати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначати умови обороту товарів на ринку [6, с. 271].

Визначення конкуренції як поведінки в ХХ ст. доповнюється структурною концепцією, основний зміст якої пов'язаний не з боротьбою, а з аналізом структури ринку, тобто тих умов, які на ньому панують. У цьому разі конкуренція безпосередньо вже не визначається як боротьба. Найважливішого значення набувають визначення моделі чи будови ринку, в межах якої проявляється особлива конкурентна поведінка економічних агентів. Існування двох концепцій конкуренції дає змогу розглядати її в кількох аспектах. Передусім, з точки зору особливих умов функціонування ринку, тобто так званої структури ринку. Залежно від таких рис, як: кількість фірм, що діють на ринку, їх вплив на ціни, характер продукту, що виробляється, доступ до ринкової інформації, особливості вступу та виходу з ринку, своєрідність принципів підприємництва, – конкуренцію слід розділяти на досконалу і недосконалу.

У самому механізмі конкуренції треба розрізняти цивілізовані та нецивілізовані методи. Нецивілізована конкуренція (боротьба) побудована на застосуванні жорстоких, руйнівних методів, які націлені на знищення конкурентів (війна цін, вбивства, погрози та ін.). Цивілізована конкуренція буває добросовісною (краща якість продукту, розширення мережі обслуговування споживачів, широке використання реклами тощо). Недобросовісна конкуренція також визначається як будь-які дії, що суперечать правилам, торговим та іншим чесним звичаям у підприємницькій діяльності і передбачають такі методи, як економічне, технологічне та фінансове шпигунство, підробка продукції відомої фірми, використання її торговельної марки, махінації з діловими звітами, підкуп кращих фахівців.

Усі розглянуті аспекти конкуренції взаємопов'язані і у своїй сукупності формують конкурентне середовище, яке виконує важливі функції в ринковій економіці.

Функція регулювання вимагає виготовляти ті товари чи послуги, які необхідні споживачеві. Тому фактори виробництва під впливом цін прямують в ті галузі, де формуються більш сприятливі умови для одержання прибутку.

Розподільча функція дає змогу розподіляти доходи серед підприємств та фірм залежно від результатів їхньої діяльності. Водночас конкуренція розподіляє виробництво на певні пропорції (галузеві, міжгалузеві), сприяє переливу капіталу між сферами виробництва.

Функція мотивування означає, що підприємець повинен розраховувати не тільки на отримання прибутку, але й передбачати ризик своєї діяльності. Це дві межі, які визначають характер підприємницької діяльності. Всі підприємці поділяються на тих, хто ставить до ризику негативно (вони орієнтуються на традиційні види діяльності), нейтрально (вони спроможні до більш ризикованих видів діяльності) та позитивно (для них існують переваги в розвитку інноваційних видів діяльності, або вони можуть перейти до незаконних дій).

Стимулююча функція примушує виробників розширяти вигідні сфери виробництва, збільшувати накопичення та ін. Забезпечуючи нагромадження капіталу, конкуренція поволяє сприяє появі монополізму, такого особливого економічного явища, яке підриває і руйнує саму конкуренцію.

Виконуючи наведені функції, конкуренція безпосередньо впливає на ефективність виробництва, підвищуючи його технічний рівень, забезпечуючи поліпшення якості та розширення номенклатури продукції [8, с. 123].

В залежності від застосовуваних методів розрізняють цінову, нецінову і нечесну конкуренцію. Цінова конкуренція означає, що основним методом боротьби проти конкурентів є ціна. У такій боротьбі перемагає той, хто досягає індивідуальної вартості, нижчої, ніж ринкова ціна. Це по суті боротьба за скорочення витрат виробництва завдяки використанню досягнень науково-технічного прогресу, наукової організації праці, підвищення продуктивності живої праці тощо. На Конкурентному ринку нездатність деяких фірм до зазначеної діяльності в кінцевому підсумку означає усунення їх іншими фірмами.

Нецінова конкуренція може здійснюватися шляхом підвищення якості продукції, використання реклами, надання безплатних консультацій щодо використання купленого товару, забезпечення гарантійного ремонту, надання запасних частин тощо.

Нечесна конкуренція являє собою діяльність господарського суб'єкта, що спрямована на одержання комерційної вигоди і забезпечення панування на ринку шляхом обману споживача, партнерів, інших господарських суб'єктів і державних органів.

Прийнято розрізняти такі форми конкуренції: міжгалузєва, внутрішньогалузєва, чиста, олігополістична та монополістична.

Міжгалузєва конкуренція являє собою суперництво виробників різних галузей господарства за більш прибуткове застосування капіталу. Вона ведеться шляхом переливання капіталу з однієї галузі в іншу, з менш прибуткової у більш прибуткову.

Внутрішньогалузєва конкуренція становить собою суперництво виробників всередині кожної галузі за одержання прибутку. Вона сприяє формуванню суспільно необхідних затрат на виробництво товару, зниженню затрат виробництва і збільшенню прибутку, розвитку НТП, збільшенню обсягів виробництва і насиченню ринку товарів, утворенню і зниженню ринкової вартості товару, диференціації товаровиробників, виникненню економічних криз.

Чиста (досконала) конкуренція має місце тоді, коли на ринку велика кількість продавців і покупців, на цьому ринку є однорідний товар, продавці та покупці не мають будь-яких персональних переваг, володіють повною інформацією про ринкові ціни та обсяги випущеної продукції і мають можливість вільного доступу до ринку та виходу з нього.

Олігополістична конкуренція має місце тоді, коли на ринку панує декілька великих фірм – не більше шести. Олігополія виникає тому, що конкуруючим фірмам дуже важко вийти на ринок через обмеженість ресурсів, насиченість попиту на цей товар, захищеність товару патентом тощо.

Монополістична конкуренція означає панування на ринку однієї фірми і можливість останньої впливати на встановлення цін.

Конкуренція має негативні та позитивні риси. Тривалий час в нашій країні робився наголос в основному на негативних наслідках конкуренції: витиснення дрібних виробників великим капіталом, розорення одних і збагачення інших, посилення соціальної несправедливості, значне зростання майнової диференціації населення, загострення безробіття, інфляції тощо. В умовах адміністративно-командної системи у практиці господарювання конкуренція була відсутня.

Конкуренція має і позитивні риси. Вона є рушійною силою ринкової економіки. В умовах конкуренції перемагає той, хто створює високоякісну продукцію при найменших затратах виробництва на основі науково-технічних досягнень, передової організації праці. Конкуренція приносить користь суспільству: стиму-

лює економію матеріальних, трудових і фінансових ресурсів, примушує постійно поновляти асортимент, пильно стежити за науково-технічними новинками і активно впроваджувати їх у виробництво.

Всі фактори, що впливають на конкуренцію, можна розділити на дві групи: внутрішні та зовнішні.

Зовнішні фактори – це ті, на які підприємство впливати не може і в своїй політиці повинно сприймати їх як дещо неземне. До них відносяться наступні:

1. Діяльність державних владних структур (фіскальна та кредитно-грошова політика, законодавство). Наприклад, в залежності від характеру податкової політики (розмір податкових ставок) підприємство буде отримувати високий прибуток чи, навпаки, зовсім його не отримувати.

2. Господарська кон'юнктура. Вона включає кон'юнктуру ринків сировинних та матеріальних ресурсів, ринків трудових ресурсів, ринків засобів виробництва, ринків фінансових ресурсів.

3. Розвиток родинних та підтримуючих галузей. В даному випадку мається на увазі розвиток нових технологій (ресурсозберігаючих, технологій глибокої переробки), нових матеріалів та джерел енергії, їх впровадження у виробництво підвищує науковий та виробничий потенціал підприємства.

4. Параметри попиту. Вони включають ріст попиту на товари, що виробляються підприємством, його стабільність і дозволяють підприємству отримувати високий прибуток, а також закріпити своє положення на ринку. Нестабільний попит, зміна вимог покупця до якості продукції підприємства, зниження покупної можливості населення, навпаки, не створюють умов для забезпечення певної конкурентоспроможності підприємства [10, с. 171].

До внутрішніх факторів відносяться наступні:

1. Діяльність керівництва та апарату управління підприємства (організаційна та виробнича структури управління, професійний та кваліфікований рівень керуючих кадрів).

2. Система технологічного оснащення. Обновлення устаткування та технологій, тобто заміна їх на більш прогресивні, забезпечує підвищення конкурентоспроможності підприємства, підсилює внутрішню гнучкість виробництва.

3. Збут продукції, його об'єм та витрати реалізації. Цей фактор серйозно впливає на підвищення конкурентоспроможності підпри-

ємства: можна досягти непоганих результатів в виробництві, випускаючи продукцію вищої якості і відносно невисокої собівартості, але все буде зведене нанівець із-за непродуманої збутової політиці. Тому підприємство намагається здійснити ефективний збут за рахунок продажі продукції, необхідної ринкові, стимулювати збільшення об'ємів продаж, завойовуючи нові ринки збуту.

Варто зазначити, що ринковою силою, що забезпечує взаємодію попиту і пропозиції, урівноважує ринкові ціни є закон конкуренції. Це об'єктивний економічний закон розвинутого товарного виробництва, який виражає внутрішньо необхідні сталі і суттєві зв'язки між відокремленими товаровиробниками в їх боротьбі за одержання найбільшого прибутку, внаслідок чого вони змушені знижувати витрати виробництва, поліпшувати якість товарів і послуг. Він виражає суттєвий (внутрішній) причинно-наслідковий, необхідний, стійкий (постійно повторюваний) зв'язок між виробництвом і реалізацією продукції.

Прагнення товаровиробників до підвищення продуктивності праці, розширення масштабів виробництва на своїх підприємствах, прискорення науково-технологічного прогресу, впровадження новітніх технологій, нових форм організації виробництва, систем заробітної плати тощо є наслідком дії зовніш-

ньої примусової сили, якою постає закон конкуренції [11, с. 93].

Процесом-причиною цього закону є те, що в умовах існування багатьох незалежно діючих господарських суб'єктів кожний з них прагне реалізувати свій економічний інтерес через одержання доходу при існуванні різних витрат виробництва і відмінностей споживних вартостей, що створюються.

Цей процес-причина діє в умовах ринкової економіки, яка не може створити єдині для всіх виробників і продавців умови реалізації, тому що діє закон вартості. Й споживачі обирають тільки те, що відповідає їхнім інтересам. Отже, об'єктивно існує протиріччя між можливостями виробництва товарів, послуг та можливостями реалізації їх.

Висновки. Таким чином, у визначенні поняття «конкуренція» слід виділити три основні підходи. Перший визначає конкуренцію як елемент ринкового механізму, який дозволяє зрівноважити попит і пропозицію. Даний підхід характерний для класичної економічної теорії. Другий підхід визначає конкуренцію як критерій, за яким визначається тип галузевого ринку, він ґрунтується на сучасній теорії морфології ринку. Третій – визначає конкуренцію як змагальність, суперництво на якому-небудь терені між окремими суб'єктами, зацікавленими в досягненні однакових цілей.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Адамик В.А. Оцінка конкурентоспроможності підприємства / В.А. Адамик // Вісник Тернопільського національного економічного університету. – 2012. – № 1. – С. 69-78.
2. Базилевич В.Д. Економічна теорія. Політекономія. Практикум: навч. посіб. / за ред. В.Д. Базилевич. – К.: Знання, 2010. – 494 с.
3. Грецький Р. Теоретичні підходи до визначення природи та сутності конкуренції / Р. Грецький // Формування ринкових відносин в Україні. – 2015. – № 2. – С. 35-38.
4. Мочерний С.В. Політекономія: підручник / С.В. Мочерний. – К.: Вікар, 2005. – 386 с.
5. Наливайка А.П. Мікроекономіка: підручник / А.П. Наливайко, Л.А. Азьмук, П.Г. Банщикова. – К.: КНЕУ, 2011. – 446 с.
6. Панасенко Д.А. Конкурентоспроможність підприємства: сутнісна та функціональна характеристики / Д.А. Панасенко // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – Львів: Видавництво Львівської політехніки. – 2012. – № 727. – С. 270-276.
7. Портер М.Е. Стратегія конкуренції. Пер. з англ. А. Олійник, Р. Сільський. – К.: Основи, 2009. – 390 с.
8. Пуцентейло П. Конкуренція як економічна категорія / П. Пуцентейло // Економіка АПК. – 2013. – № 4. – С. 122-126.
9. Рудницька М.О. Мікроекономіка: навч. посіб. / М.О. Рудницька. – К.: ЦУЛ, 2008. – 360 с.
10. Филюк Г.М. Конкуренція і монополія в епоху глобалізації: монографія / Г.М. Филюк. – Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2011. – 404 с.
11. Швед В.В. Конкурентоспроможність підприємства та особливості їх визначення в сучасних умовах / В.В. Швед, С.Л. Яблочников // Вісник Дніпропетровського університету. – 2013. – Випуск 7/1. – С. 92-97.