

Дніпропетровський національний університет

Економіка: проблеми теорії та практики

Збірник наукових праць

Випуск 257

Том III

ДНУ
Дніпропетровськ
2009

ЗМІСТ

Том I

Гушко С.В.

ПРОЦЕС ТРАНСФОРМАЦІЇ СИСТЕМИ НОРМАТИВНОГО
РЕГУЛЮВАННЯ ТА МЕТОДИКИ ОБЛІКУ НА ОСНОВІ ЗА-
ГАЛЬНОПРИЙНЯТИХ ПРИНЦИПІВ І МІЖНАРОДНИХ
СТАНДАРТІВ25

Варава Л.Н., Шпонько В.И., Кравцова О.А.

ЛОГИСТИКА В ИННОВАЦИОННОЙ СФЕРЕ34

Шабінський О.В., Шабінська С.А.

ДОСВІД РЕАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ АГРАРНОГО
СЕКТОРА В КРАЇНАХ ЯКІ ПРИЄДНАЛИСЯ ДО СОТ41

Горовий В.В.

МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ
ПОРІВНЯЛЬНОГО АНАЛІЗУ ДЛЯ ОЦІНКИ ЗВИЧАЙНИХ
АКЦІЙ В УМОВАХ УКРАЇНСЬКОГО ФОНДОВОГО РИНКУ45

Метеленко Н.Г.

ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ІНФРАСТРУКТУРИ ПРОМИСЛОВОГО
ПІДПРИЄМСТВА55

Щекович Е.С.

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ПРИЧИН ТА НАСЛІДКІВ АГРАРНОЇ
КРИЗИ І РЕФОРМИ ТА ОБ'ЄКТИВНА НЕОБХІДНІСТЬ ВИЗНА-
ЧЕННЯ ПІОРИТЕТІВ АГРАРНОЇ ПОЛІТИКИ СУЧАСНОЇ
ДЕРЖАВИ68

Бардась А.В.

МОНІТОРИНГ РЕСУРСІВ ПРИРОДНОГО СЕРЕДОВИЩА
ПРИ РОЗРОБЦІ ВУГІЛЬНИХ РОДОВИЩ78

Лесік І.М.

МІНІМІЗАЦІЯ РИЗИКІВ АГРАРНОГО СЕКТОРУ З
УРАХУВАННЯМ ВИМОГ СОТ92

Кудря Я.В.

КЛАСИФІКАЦІЯ КОРПОРАЦІЙ В МАШИНОБУДУВАННІ97

Говорушко Т.А. МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ РЕОРГАНІЗАЦІЇ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА	620
Кулиняк І.Я., Прийма Л.Р. ЗНАЧЕННЯ ФІНАНСОВОГО МЕХАНІЗМУ В ОРГАНІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА	627
Щетініна О.К., Мелведєва О.В. ВИКОРИСТАННЯ СТАТИСТИЧНИХ КРИТЕРІЇВ ПЕРЕВІРКИ ГІПОТЕЗ ДЛЯ ОЦІНКИ ІНФОРМАТИВНОСТІ ЧИННИКІВ	632
Ступницькая Т.М. ОЦЕНКА ОБЩИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОСНОВНОГО КАПИТАЛА	637
Мельник Л.М. АМОРТИЗАЦІЯ ЯК ОДИН ІЗ ЗАСОБІВ ЗРОСТАННЯ КАПІТАЛІЗАЦІЇ МАШИНОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА	644
Безугла В.О., Кашина О.В. ФІНАНСОВА СТІЙКІСТЬ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ СВІТОВОЇ ФІНАНСОВОЇ КРИЗИ	650
Бояринова К.О., Ганжа Ю.А. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ МОТИВАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	656
Панкратова Е.Н. РОЛЬ ГОСУДАРСТВА В ФОРМИРОВАНИИ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ	666
Ігнатенко В.Ю., Косаріна В.П. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ БЮДЖЕТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ	672
Несторенко Т.В. СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ЦІНОУТВОРЕННЯ В ЖИТЛОВО- КОМУНАЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ ТА ОСНОВНІ НАПРЯМИ ЙОГО УДОСКОНАЛЕННЯ	680
Адлер О. О., Охрименко И. В. ВИБІР МЕТОДУ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ	687
Масюк Ю.В., Бровко Л.И. ІНСТРУМЕНТИ ДОСЯГНЕННЯ ГЛОБАЛЬНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТНК	692

Кулик А.Б. ДИНАМІЧНІ МОДЕЛІ І ПРОГНОЗУВАННЯ РОЗВИТКУ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ З ВРАХУВАННЯМ ІНВЕСТИЦІЙ	698
Гаршина О.К., Шубная Е.В. ИНДЕКС ГРАМОТНОСТИ ВЗРОСЛОГО НАСЕЛЕНИЯ В РЕГИОНАХ УКРАИНЫ	704
Кірдіна О.Г. ЗАДАЧІ ЗАЛІЗНИЧНОГО КОМПЛЕКСУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ	710
Моніч Г.А., Пюро О.М., Кравчук Т.П. ПРОБЛЕМИ РЕГУЛЮВАННЯ ОПЛАТИ ПРАЦІ ТА НАПРЯМИ ЇХ ВДОСКОНАЛЕННЯ	720
Адаманова З.О., Саїдабласва Е.Ш. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ АПК УКРАЇНИ	726
Соломка Ю.І. АГЕНТНЕ МОДЕЛЮВАННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ НА ТОРГОВЕЛЬНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ	734
Єременко А.О., Полозова Т.В. ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТО- СПРОМОЖНІСТЮ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ	744
Фатюха Н.Г. ІНФОРМАЦІЙНО-СТАТИСТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВОДНОГО ТРАНСПОРТУ	751
Кузнєцова М.Є. ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ОБОРОТНОГО КАПІТАЛУ В ТОВ «ПРИДНІПРОВСЬКИЙ»	760
Радченко Н.Г. АНАЛІТИЧНА ІЄРАРХІЯ Т. СААТІ ЯК МЕТОД ОПТИМІЗАЦІЇ ПРОЦЕСУ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ КРЕДИТНИМ КОМІТЕТОМ	768
Кабаченко Д.В. АНАЛІЗ ІСНУЮЧИХ ПРОГРАМ РЕСТРУКТУРИЗАЦІЇ І ШЛЯХІВ РОЗВИТКУ ВУГІЛЬНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ	780
Shtal Tatyana MARKETING STRATEGIES FOR THE CONSUMPTION VALUE FORMATION ON THE BASIS OF RESTAURANT BUSINESS CORE	789

- нологий [Текст]/ А.В. Маслобоев // Качество, инновации, образование. - 2009. - №3. - С. 34-42.
3. Петрова, А.В. Моделирование бизнес-процессов на предприятиях розничной торговли [Текст]/ А.В. Петрова // Вестник Челябинского государственного университета. - 2009. - № 9 (147). Экономика. Вып. 2. - С. 108-112.
4. Siebers, P. Using intelligent agents to understand management practices in retail productivity / P. Siebers, U. Aickelin, H. Celia, C.W. Clegg // Proceedings of the 2007 Winter Simulation Conference. - 2007. - p. 2220-2220.
5. Борщев, А. От системной динамики и традиционного ИМ – к практичным агентным моделям: причины, технология, инструменты [Электронный ресурс] / А. Борщев // Режим доступа: <www.xjtek.com> ООО «Экс Джей Текнолоджис». - 2009.

Єременко А.О., Полозова Т.В.

Харківський національний університет радіоелектроніки

ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТО-СПРОМОЖНІСТЮ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Розглянуто основні організаційно-економічні аспекти управління конкурентоспроможністю суб'єктів господарювання: визначення конкуренції, ключових складових оцінки конкурентоспроможності підприємств, види цінової конкуренції, конкурентні переваги.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність підприємства, конкурентні переваги, складові конкурентоспроможності.

1. Вступ.

Становлення ринкової економіки вимагає радикального переосмислення характеру та спрямованості відносин між суб'єктами підприємництва. Основним принципом цих відносин є розвиток сумлінної та ефективної конкуренції [1].

Ринок є своєрідним суспільним інструментом, що допомагає людям забезпечити економічні умови свого існування і розвитку [2]. Для будь-якої ринкової системи незалежно від національних, культурних, географічних, соціальних відмінностей можна виділити ряд характерних ознак: власність, види та форми підприємництва, конкуренція, демократичні засади суспільства, роль держави, залучення в міждержавні зв'язки, правова основа бізнесу [3, 5]. Ставши глобальним, ринок і на міжнародний рівень переніс всі свої основні атрибути – зіткнення інтересів, прагнення до економічної вигоди, боротьбу за виживання тощо. Перше місце в світовому господарстві посідає конкурентоспроможність національної економіки. Чим вище конкурентоспроможність, тим більше шансів захистити свої національні інтереси, зміцнити свою економічну безпеку [6].

Викладене вище обумовлює актуальність подальшого дослідження даної проблеми.

II. Постановка задачі.

Конкуренція – це форма існування суб'єктів економічних відносин на ринках товарів, капіталу або праці [7]. Конкуренція проявляється в суперництві суб'єктів задля досягнення подібних цілей і стимулює розвиток суб'єктів і суспільства в цілому. Сама по собі конкуренція є невід'ємною частиною функціонування економічних систем і характеризує гостроту соціально-економічних і політичних процесів. Суб'єктами конкуренції можуть бути товари, підприємства, галузі, країни та фізичні особи. Тільки з певною мірою умовності поняття конкуренції застосовне до регіонів. Причому, як правило, мова йде про конкуренцію на ринках капіталу (наприклад, розміщення облігаційних позик і т.п.).

Під конкурентоспроможністю підприємства розуміють сукупність властивостей і характеристик його бізнес-процесів, що дозволяють забезпечити ефективність функціонування підприємства за будь-які зміни зовнішнього і внутрішнього середовища. На рис. 1 зображені складові конкурентоспроможності господарюючих суб'єктів.



Рисунок 1 – Складові конкурентоспроможності господарюючих суб'єктів

Ключовими аспектами оцінки та управління конкурентоспроможності підприємств є:

- представлення підприємства як сукупності основних, допоміжних, слугуючих бізнес-процесів (при цьому бізнес-процеси управління можуть розглядатися як самостійно, так і в складі обслуговуючих);

- використання поняття «стійкість» як основної заданої характеристики функціонування підприємства в цілому і його бізнес-процесів. При цьому стійкість трактується як здатність основних параметрів підприємства як системи (та/або його бізнес-процесів) повертатися в діапазон заданих значень після будь-яких зрушень, що виявляються у відхиленні параметрів від необхідних значень;

- застосування вартісного підходу до управління конкурентоспроможністю;

Вирішення проблеми підвищення конкурентоспроможності в Україні лежить від подолання внутрішньої соціально-економічної кризи, а також участі в світових економічних, соціальних та інших процесах. Світовий процес посилює взаємозалежність національних економік, вимагає від кожної країни на конкурентній основі мати свою "нішу" у світовій торгівлі і відстоювати своє місце в міжнародному розподілі праці. Особливості економіки країни визначають ту сферу, в якій вона може досягти порівняльної переваги у світовій торгівлі.

Дослідження існуючих підходів до оцінки управління конкурентоспроможністю підприємства доцільно здійснювати в три етапи:

1 етап – аналіз категорії конкуренції та вивчення теорії конкуренції як основи розробки системи забезпечення конкурентоспроможності (рівень теоретичного осмислення);

2 етап – аналіз категорії конкурентоспроможності та дослідження методів розробки ефективних конкурентних стратегій (рівень стратегічного управління підприємством та прийняття довгострокових рішень);

3 етап – аналіз методів оцінки конкурентоспроможності різних об'єктів (рівень поточного або оперативного управління та прийняття короткострокових рішень) [8].

З огляду на вищезазначене, метою даної статті є визначення факторів конкуренції, її видів, аналіз методів оцінки конкурентоспроможності, а також розгляд комплексу заходів забезпечення конкурентоспроможності товарів.

III. Результати.

Конкуренція товарів є проявом конкуренції підприємств. Ефективна асортиментна стратегія і тактика є інструментами конкурентної боротьби підприємств. У сучасних умовах постає необхідність в диверсифікації діяльності підприємств, формуванні ефективної товарної стратегії, постійного оновлення асортименту продукції, що випускається і розробки принципово нових її видів – все це потребує великих обсягів фінансових ресурсів. У конкуренцію за них вступають в суперництво підприємства на ринках капіталу. Тому необхідною, але, звичайно, не достатньою умовою конкурентоспроможності продукції на товарних ринках є конкурентоспроможність підприємства на ринках капіталу.

У зв'язку з цим можна стверджувати, що суперництво підприємств (як на товарних ринках, так і на ринках капіталу) є домінуючим конкурентним процесом, а конкуренція товарів – це підпроцес, який відіграє не самостійну, а підлеглу роль. Але при побудові систем забезпечення конкурентоспроможності підприємств з необхідним ступенем деталізації має сенс виділяти управління конкурентоспроможністю товарів як самостійний процес з метою проведення його моніторингу та регулювання. При цьому основне завдання полягає в способі визначення методу впливу на складові елементи такого показника.

На практиці рівень конкурентоспроможності товарів та послуг визначають:

- технічний рівень товарів та послуг – характеризує технічну досконалість в порівнянні з базовим аналогом, у тому числі використання технологій останніх науково-технічних досягнень у цій області;

- рівень якості товарів та послуг – відповідність товарів та послуг вимогам міжнародних стандартів, технічним характеристикам і специфічним вимогам споживача;

- рівень витрат споживача на придбання товарів та послуг – ціна продажу;

умови поставки, способи розрахунку з покупцями, пільги, митні умови;

- рівень витрат споживача на споживання (експлуатацію, застосування, використання товарів та послуг).

Виходячи з аналізу ринку і проведених досліджень, можна стверджувати, що при початковій оцінці конкурентоспроможності товарів та послуг достатньо взяти до уваги три основні фактори: призначення, якість і ціну.

При цьому зазначені фактори конкурентоспроможності товарів та послуг необхідно розглядати у сукупності. Безумовно, що багатофункціональність, висока якість, високий рівень якості та низька ціна є привабливими характеристиками товару (послуги) і обумовлюють високу конкурентоспроможність.

Цінова конкуренція проявляється в наступних видах:

- конкуренція між продавцями однорідної продукції, що намагаються продавати товари за найнижчою ціною витіснити інших продавців і забезпечити найбільший збут. Зниження ціни може спричинити за собою аналогічні дії конкурентів і, тим самим, підвищення попиту поділиться між усіма продавцями, відбудеться стабілізація частки на ринку за більш низькою ціною;

- конкуренція між покупцями в одній галузі, що призводить до підвищення ціни на запропонований товар. Зіставлення наявного варіанту ціни з втратами, які покупець може понести в результаті незадоволення потреби, і величини втрати визначають готовність покупця підвищувати ціну за потрібний товар;

- конкуренція між покупцями і продавцями: перші прагнуть дешево купити, другі – дорожче продати, при цьому результат залежить від співвідношення конкуруючих сторін.

Конкурентоспроможність є відносною характеристикою товарів і може бути виражена тільки відносними величинами. Виходячи із взаємозв'язку суб'єктів, що беруть участь у цьому процесі, споживача і виробника, слід мати на увазі, що властивість відносності категорії "конкурентоспроможність", характеризується наявністю двох порівняльних позицій. Порівняльна позиція споживача являє собою процес вибору необхідного виробу серед цілого ряду аналогічних виробів, і придбання того з них, що задовольняє потребу максимально. У такому випадку відбувається порівняння обраного об'єкта за якістю та ціною.

Покупець враховує конкретні споживчі властивості. З'ясовує ступінь відповідності виробів своїй потребі, тобто вимірює в певному сенсі доступний йому способами рівень споживчого ефекту кожного з товарів і проводить порівняння цих ефектів. Проте, прагнучи до отримання виробів, що мають найвищий споживчий ефект, покупець не може абстрагуватися від величини своїх витрат, необхідних для здійснення покупки. Товар, у якого, максимальний споживчий ефект на одиницю витрат, при інших рівних умовах, є найвищим у порівнянні з аналогічними товарами, з точки зору споживача найбільш конкурентоспроможний.

Порівняльна позиція виробника дещо відрізняється від споживчої позиції кількома моментами. По-перше, порівняння об'єкта (товару або послуги) з аналогічними товарами споживач переслідує кінцеву мету, найбільш повне задоволення своїх потреб. Виробник порівнює об'єкт (товар або послугу) як засіб досягнення головної мети, отримання максимального прибутку з виробництва даного товару. По-друге, споживач користується тільки порівняння об'єктів (товарів і послуг), у той час як виробник – самого об'єкта, а також конкурентів, споживачів, умов реалізації на різних ринках.

При цьому конкурентоздатність визначається рівнем організаційної та державної підтримки, залежить від можливостей економіки в цілому і ефективного використання ряду умов. По-перше, це забезпечення факторними ресурсами конкурентоспроможності та ефективності їх використання. По-друге, наявність взаємозалежних і взаємодоповнюючих галузей та інфраструктури, що веде до нових комбінацій ресурсів. По-третє, кредитно-фінансова та інвестиційна політика (процент за кредити, спрямованість інвестицій на проекти з виготовлення та надання конкурентоспроможних товарів та послуг), збалансована протекціоністська політика на регіональному рівні (податкові пільги, безкоштовне користування землею), а також інші форми стимулювання підвищення якості та конкурентоспроможності товарів і послуг (заснування премій і проведення щорічних конкурсів на здобуття цих премій; створення галузевих відділень проблем якості; організація системи підготовки кадрів, фахівців високої кваліфікації з одержанням міжнародних сертифікатів).

Виходячи з цих принципів, комплекс заходів забезпечення конкурентоспроможності товарів (послуг) можна охарактеризувати як сукупність правил забезпечення максимального задоволення потреби в товарах належної якості з використанням мінімуму засобів, що дозволяють гарантувати конкурентні переваги цих товарів (послуг) у порівнянні з такого ж роду товарами (послугами) господарюючих суб'єктів-конкурентів.

Ресурсна орієнтація повинна ґрунтуватися на різноманітності ресурсів, які господарюючий суб'єкт здатний вибрати, виходячи зі своїх можливостей. При цьому той господарюючий суб'єкт, який робить вибір і комбінує ресурси, ефективніше, оригінальніше, швидше за конкурентів гарантовано отримує ринковий успіх. Разом з тим при ресурсному підході слід враховувати, що конкуренти можуть відтворити найбільш ефективні комбінації ресурсів, що ставить під сумнів ті стратегічні переваги, які не можуть бути утримані тривалий час.

Безумовно, що рушійною силою забезпечення конкурентоспроможності товару (послуги) є споживач (індивідуум). Саме він представляє собою головний інтелектуальний ресурс. Беручи до уваги людський фактор, можна на одну третину досягти успіху в забезпеченні якості конкурентоспроможності товарів (послуг) без додаткових витрат на вдосконалення організації виробництва та основних технологічних процесів.

Конкурентні переваги – це ті додаткові характеристики, які створюють певного господарюючого суб'єкта явну перевагу над своїми прямими конкурентами. Розрізняють як зовнішні конкурентні переваги, які ґрунтуються на мінлих для покупця параметрах (якості) товарів, так і внутрішні конкурентні переваги – як перевагу в відношенні витрат виробництва, що дозволяють отримувати меншої собівартості, знайти можливість зниження продажної ціни на зростаючому ринку і конкуренцією. Разом з тим, для забезпечення конкурентоспроможності товарів (послуг) господарюючому суб'єкту необхідно вибрати пріоритетні стратегії, які будуть найбільшою мірою відповідати тенденції розвитку ринкової ситуації і найкращим способом використовувати сильні сторони потенційних можливостей в діяльності господарюючого суб'єкта. Вибір стратегії конкуренції включає низку процедур: оцінку переваг стратегії та її відповідності ринковим умовам, необхідних для реалізації стратегії, аналіз відповідності особливостей організації виробництва товару (надання послуги) та процесу управління господарюючим суб'єктом запропонованим вимогам.

IV. Висновки.

Гнучкість стратегії конкуренції висуває великі вимоги до організації структури господарюючих суб'єктів, яка має бути швидко адаптованою до змін у цьому організаційні форми необхідно постійно приводити у відповідність до змінливою ситуацією на ринку товарів і послуг. Організаційні структури господарюючих суб'єктів повинні забезпечувати маневреність, гнучкість якої може бути обумовлена зміною рівня попиту або діями конкурентів, зниженням цін, падінням частки фірми на ринку, відчутним успіхом у впровадженні нової моделі (марки) товарів або виду послуг. При розробці стратегії господарюючого суб'єкта, що забезпечує його довгостроковий успіх, в даній сфері як правило, застосовують один з двох підходів для виявлення і використання конкурентних переваг – орієнтацію на ринок або орієнтацію на ресурси. Довгостроковий успіх при орієнтації на ринок пов'язаний зі структурою галузі, знаходиться господарюючий суб'єкт, і залежить від обраної принципової стратегії для даної сфери господарювання. Однак при такій орієнтації не беруть до уваги ряд значущих факторів: ресурсозбереження; організаційна структура господарюючого суб'єкта; соціальні фактори управління; поведінка персоналу. У результаті не приділяється належної уваги розгляду та обліку впливу організаційних, психологічних та соціальних аспектів довгострокової поведінки господарюючого суб'єкта.

Перспективою подальших досліджень може бути хронологічне вивчення методів ведення конкурентної боротьби, виявлення закономірностей змін інтенсивності з часом та розробка рекомендацій щодо застосування ефективних методів кількісної оцінки рівня конкурентоспроможності суб'єктів господарювання.

Література

1. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика [Текст] / Г.Л. Азоев. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. – 208 с.
2. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия [Текст] / И. Ансофф. – СПб: ПитерКом, 1999. – 416 с.
3. Круглов М.И. Стратегическое управление компанией [Текст] / М.И. Круглов. – М.: Российская деловая литература, 1998. – 768 с.
4. Портер М. Международная конкуренция [Текст] / М. Портер. Пер. с англ. под. ред. В.Д. Щетинина. – М.: Международные отношения, 1993. – 896 с.
5. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление [Текст] / Р.А. Фатхутдинов. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 312 с.
6. Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика [Текст] / А.Ю. Юданов / учебно-практическое издание – 2-е изд. – М.: Гном-Пресс, 1998. – 384 с.
7. Либман Г.И. Экономический словарь [Текст] / Г.И. Либман, О.К. Филатов / под. ред. Ю.А. Белика и др. – 2-е изд., доп. – М.: Полит издanie, 1989. – 399 с.
8. Гуревичев М.М. Державне регулювання в умовах ринкової економіки (дослідження еволюції) [Текст] / М.М. Гуревичев. – Харків: «Основа», 1993. – 240 с.

Економіка: проблеми теорії та практики

Збірник наукових праць

Випуск 257

У 7 томах

Том III

Українською, російською і англійською мовами

Видається з квітня 1996 р., виходить раз на місяць
Свідоцтво про державну реєстрацію
друкованого засобу масової інформації КВ
№ 3354 від 10 липня 1998 р.

Відповідальний редактор *С. В. Єкімов*
Комп'ютерна верстка *В.Б. Гордашевський*

Здано до друку 05.11.2009. Підписано до друку 07.11.2009.

Формат 60·84 ¹/₁₆. Спосіб друку – ризограф.

Ум. друк. арк. 16,45. Тираж 300 прим.

Видавництво “Наука і освіта”

Свідоцтво про внесення до Держреєстру ДК № 919 від 21.05.2002 р.

м. Дніпропетровськ, вул. Бердянська, 61^б

тел. (056) 370-13-13, (0562) 35-78-19, 34-29-61