

REFERENCES

Allen, P., and Vutten, Dzh. *Prodazhi* [Sale]. St. Petersburg: Piter, 2003.
 Balabanova, L. V., and Balabanits, A. B. *Marketingovyy audit sistemy sbyta* [Marketing audit marketing system]. Donetsk: DonGUET, 2003.
 Fatrell, Ch. *Upravlenie prodazhami* [Sales management]. St. Petersburg: Neva, 2004.
 Harkavenko, S. S. *Marketynh* [Marketing]. Kyiv: Libra, 2002.
 Hisrik, R. D., and Dzhekson, R. V. *Torgovlia i menedzhment prodazh* [Trade and sales management]. Moscow: Filin, 1996.
 Krevens, D. V. *Strategicheskii marketing* [Strategic Marketing]. Moscow: Viliams, 2003.

Kotler, F., and Armstrong, G. *Osnovy marketinga* [Principles of Marketing]. Moscow: Viliams, 2010.
 Moroz, L. A., and Chukhray, L. A. *Marketynh* [Marketing]. Lviv: Lvivska politekhnika, 1999.
 Rudelius, V., Azarian, O. M., and Babenko, N. O. *Marketynh* [Marketing]. Kyiv: Konsortsium iz udoskonalennia menedzhment-ovity v Ukraini, 2008.
 Spiro, R. L., Stenton, U. Dzh., and Rich, G. A. *Upravlenie prodazhami* [Sales management]. Moscow: Izdatelskiy dom Grebennikova, 2007.
 Shtern, L., El-Ansari, A., and Koflan, E. *Marketingovye kanaly* [Marketing channels]. Moscow: Viliams, 2002.
 Tkachenko, V. V. "Marketynhova zbutova polityka pidpriemstva" [Marketing sales policy of the company]. *Problemy formuvannia rynkovoї ekonomiky*, no. 9 (2001): 245-252.

УДК 621.336

РАСШИРЕНИЕ СОСТАВА ФАКТОРОВ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ

© 2014 СИКЕТИНА Н. Г.

УДК 621.336

Сикетина Н. Г. Расширение состава факторов конкурентоспособности машиностроительной продукции

Для вывода Украины из экономического кризиса, прежде всего, необходимо обеспечить конкурентоспособность национальной экономики, и в частности машиностроения. Цель статьи заключается в исследовании категории «конкурентоспособность продукции» как фактора обеспечения экономической эффективности деятельности предприятия и уточнении его трактовки и составляющих на основе проведенного анализа литературных источников. Анализируя, систематизируя и обобщая научные труды ученых-экономистов, рассмотрены трактовки категории «конкурентоспособность продукции». Проведенное исследование подтвердило важность работы в направлении расширения состава факторов конкурентоспособности продукции, влияющих на ее экономическую эффективность. Уточнена трактовка категории «конкурентоспособность машиностроительной продукции» и расширен состав ее факторов. Обнаруженная отрицательная динамика индекса глобальной конкуренции и рентабельности продукции промышленности и машиностроения Украины подтверждает необходимость повышения конкурентоспособности отечественной продукции. Перспективами дальнейших исследований в данном направлении являются обоснование указанных факторов конкурентоспособности продукции и количественный расчет их влияния на результаты деятельности машиностроительных предприятий.

Ключевые слова: конкуренция, экономическая эффективность, конкурентоспособность продукции, машиностроение

Рис.: 1. **Табл.:** 2. **Библ.:** 10.

Сикетина Наталья Геннадьевна – ассистент, Национальный технический университет «Харьковский политехнический институт» (ул. Фрунзе, 21, Харьков, 61002, Украина)

E-mail: wel2001@ukr.net

УДК 621.336

Сикетина Н. Г. Розширення складу факторів конкурентоспроможності машинобудівної продукції

Для виведення України з економічної кризи, насамперед, необхідно забезпечити конкурентоспроможність національної економіки, і зокрема машинобудування. Мета статті полягає в дослідженні категорії «конкурентоспроможність продукції» як фактора забезпечення економічної ефективності діяльності підприємства та уточненні його трактування та складових на основі проведеного аналізу літературних джерел. Анализуючи, систематизуючи та узагальнюючи наукові праці вчених-економістів, розглянуто трактування категорії «конкурентоспроможність продукції». Проведене дослідження підтвердило важливість роботи в напрямку розширення складу факторів конкурентоспроможності продукції, які впливають на її економічну ефективність. Уточнено трактування категорії «конкурентоспроможність машинобудівної продукції» та розширено склад її факторів. Виявлена негативна динаміка індексу глобальної конкуренції та рентабельності продукції промисловості та машинобудування України підтверджує необхідність підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції. Перспективами подальших досліджень у даному напрямку є обґрунтування вказаних факторів конкурентоспроможності продукції та кількісний розрахунок їхнього впливу на результати діяльності машинобудівних підприємств.

Ключові слова: конкуренція, економічна ефективність, конкурентоспроможність продукції, машинобудування.

Рис.: 1. **Табл.:** 2. **Бібл.:** 10.

Сикетина Наталія Геннадіївна – ассистент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут» (вул. Фрунзе, 21, Харків, 61002, Україна)
E-mail: wel2001@ukr.net

UDC 621.336

Siketina Nataliya G. Expansion of the Set of Factors of the Engineering Enterprise Competitiveness

In order to take Ukraine out of the economic crisis, it is necessary, first of all, to ensure competitiveness of the national economy and, in particular, the engineering industry. The goal of the article lies in the study of the "product competitiveness" category as a factor of ensuring economic efficiency of enterprise activity and clarification of its interpretation and components on the basis of the conducted analysis of literature. Analysing, systemising and generalising scientific works of economists, the article considers interpretations of the "product competitiveness" category. The conducted study confirmed importance of the work in the direction of expansion of the set of factors of product competitiveness that influence its economic efficiency. The article clarifies interpretation of the "engineering product competitiveness" category and expands the set of its factors. The revealed negative dynamics of the index of global competition and profitability of products of industry and engineering of Ukraine confirms the necessity of increase of competitiveness of domestic products. Prospects of further studies in this direction are justification of the said factors of product competitiveness and quantitative calculation of their influence upon results of engineering enterprise activity.

Key words: competition, economic efficiency, product competitiveness, engineering.

Pic.: 1. **Tabl.:** 2. **Bibl.:** 10.

Siketina Nataliya G. – Assistant, National Technical University «Kharkiv Polytechnic Institute» (vul. Frunze, 21, Kharkiv, 61002, Ukraine)
E-mail: wel2001@ukr.net

В современных условиях глобализации экономических систем ситуация, формирующаяся в результате интеграционных процессов, меняет не только масштабы производства, но и конкурентные требования к субъектам хозяйствования. Изменения возникают как в представлениях о характеристиках товаров на рынке, так и требованиями потребителей к ним. В связи с этим промышленные предприятия вынуждены менять условия деятельности на рынке, формируя новые конкурентные преимущества, с помощью которых можно достичь определенного уровня экономической эффективности их деятельности. Вступление Украины в ВТО, безусловно, стало источником для использования конкурентных преимуществ отечественной промышленности, но и одновременно поставило ее в неблагоприятные условия деятельности благодаря требованиям ВТО по переходу на международные стандарты качества продукции.

Следовательно, в современных условиях рыночных отношений Украины конкуренция становится стимулом для активизации усилий участников экономической деятельности. Однако следует отметить, что в процессе перехода экономики Украины к рыночным отношениям отечественные предприятия столкнулись с определенными проблемами в своей деятельности, которые до сих пор являются нерешенными.

Проявлением конкурентного преимущества предприятия может быть конкурентоспособность его продукции, достижение определенного ее уровня в предшествующем периоде позволит обеспечить эффективность деятельности предприятия в перспективе. Усиление конкуренции в рыночных условиях в значительной степени обусловило возникновение новых подходов к изучению современной конкуренции на украинском рынке, результатом чего стала разработка основных положений теории конкурентоспособности, адаптированных к условиям отечественной экономической системы.

В связи с этим целью статьи является исследование сущности экономической категории «конкурентоспособность продукции» как фактора обеспечения экономической эффективности деятельности предприятия. Для достижения намеченной цели в статье поставлены следующие задачи: проанализировать глобальный индекс конкурентоспособности Украины и некоторых стран СНГ в 2006 – 2012 гг.; проанализировать рентабельность промышленной продукции и машиностроения Украины в 1995 – 2012 гг.; исследовать литературные источники по определению категории «конкурентоспособность продукции»; уточнить трактовку понятия «конкурентоспособность продукции» на основе проведенного анализа литературных источников.

Проведенный анализ публикаций по этой тематике свидетельствует о том, что, хотя категория «конкурентоспособность продукции» в экономической литературе рассмотрена достаточно, не очерчены все ее факторы, действующие в меняющейся конкурентной среде.

Для обеспечения эффективности функционирования промышленности необходимо разработать комплекс мер, направленных на повышение ее конкурентоспособности, и прежде всего, основной составляющей промышленного производства – машиностроительных предприятий. При обеспечении этого направления развития национальной экономики также необходимо учитывать тот факт, что продукция отечественного машиностроения на мировом рынке, за редким исключением, не пользуется спросом в связи с низким уровнем ее конкурентоспособности.

На основе методологии Всемирного экономического форума рассчитывается индекс глобальной конкурентоспособности (ИГК). Этот показатель позволяет рассмотреть проблему конкурентоспособности комплексно, учитывая процессы, происходящие на макро- и микроэкономическом уровнях, а также совместить текущие оценки со среднесрочной перспективой. Методология расчета ИГК предполагает учет стадии экономического развития страны (факторно управляемая, управляемая эффективностью, инновационно управляемая) наряду с классификацией стран в зависимости от размера ВВП на душу населения.

Оценивая позиции Украины в отношении рейтинга глобальной конкурентоспособности, следует обратить внимание на то, что страна зачислена в число стран, которые в 2007 г. находились в процессе перехода от факторно управляемой экономики к экономике, управляемой эффективностью, тогда как в 2004 г. ее относили к факторноуправляемой экономике [1, с. 219]. В 1999 г. в рейтинге 59 стран по конкурентоспособности Украина занимала 58 место, а в 2000 г. – 57-е. Индекс глобальной конкурентоспособности некоторых стран СНГ в 2006 – 2012 гг. приведен в табл. 1.

Анализ данных по индексам глобальной конкурентоспособности стран об свидетельствует аутсайдерской позиции Украины на протяжении 1997 – 2005 гг.: в 1997 г. – 52 позиция из 53 обследованных стран, в 2000 г. – 57 позиция из 59 стран, в 2004 г. – 86 позиция из 104. Исследование динамики рейтингов ведущих стран мира показывает их рост в тех странах, определивших приоритетными инновационное развитие и факторы, его обеспечивающие. Так, в 2007 г. первые пять позиций занимали США, Германия, Финляндия, Швеция, Дания. В рейтинге Всемирного экономического форума за 2009 г. Украина занимала 82-ю позицию среди

Таблица 1

Глобальный индекс конкурентоспособности некоторых стран СНГ в 2006 – 2012 гг.

Страна	2006 – 2007гг.		2008 г.		2009 г.		2010 г.		2011г.		2012 г.
	Рейтинг	Балл	Рейтинг	Балл	Рейтинг	Балл	Рейтинг	Балл	Рейтинг	Рейтинг	
Россия	55	4,1	58	4,19	64	4,15	63	4,24	64	67	
Казахстан	58	4,3	61	4,14	71	4,01	67	4,13	71	51	
Азербайджан	62	4,1	66	4,07	52	4,3	57	4,29	52	46	
Украина	69	4	73	3,98	82	4,02	89	3,9	82	73	
Армения	85	3,9	93	3,76	116	3,71	97	3,76	116	98	

Источник: построено автором на основе данных <http://feg.org.ua>

133-х стран, что ниже, чем в предыдущем периоде. После периода относительной стабильности рейтинга в 2006 – 2008 гг. (69, 73 и 72-е место соответственно) Украина оказалась в девятой десятке стран, где она находилась до этого. Рейтинг Украины, как впрочем, и многих других стран, оказался неустойчивым к последствиям финансового кризиса. Хотя в 2011 и 2012 гг. рейтинг возрос соответственно с 82 до 73 позиции. В 2013 – 2014 гг. Украина в мировом рейтинге опустилась на 11 позиций и теперь занимает 84-ю позицию среди 148 стран. Очевидно, что развитие национальной экономики в целом и машиностроения в частности, будет основой повышения эффективности национальной экономики, и в свою очередь, будет способствовать повышению позиций Украины на мировом рынке. На экономическую эффективность работы промышленности влияет рентабельность ее продукции. В табл. 2 представлен уровень показателей рентабельности промышленной продукции и продукции машиностроения за 1992 – 2012 гг.

Таблица 2

Рентабельность промышленной продукции Украины, %

Год	Вся промышленность	В том числе машиностроение и металлообработка
1992	30,3	32,6
1995	16,6	24,3
1996	8,9	10,4
1997	5,7	4,9
1998	6,3	5,1
1999	9,1	7,5
2000	4,8	-0,4
2001	3,9	-0,3
2002	4,2	0,2
2003	5,4	1,8
2004	5,5	1,9
2005	5,7	2,0
2006	5,7	2,2
2007	5,9	2,3
2008	5,1	2,0
2009	5,1	2,0
2010	3,8	1,9
2011	4,8	5,5
2012	6,0	4,8

Источник: построено автором на основе данных <http://www.ukrstat.gov.ua>

Рентабельность продукции промышленности и машиностроения за последние 15 лет снизилась соответственно с 30,3% до 6% и с 32,6% до 2,0%. На наш взгляд, такая ситуация обусловлена низким уровнем конкурентоспособности промышленной и машиностроительной продукции не только на внешнем, но и на внутреннем рынке.

В связи с этим возникает необходимость выявления влияния конкурентоспособности продукции на результаты деятельности предприятия. Такая взаимосвязь должна рассматриваться как количественно, так и качественно для дальнейшего планирования и управления деятельностью

предприятия, а также для анализа факторов повышения конкурентоспособности продукции. Существует достаточное количество работ как зарубежных, так и отечественных экономистов, посвященных конкурентоспособности предприятия или национальной экономики, но вопрос эффективности деятельности предприятия в условиях рыночной экономики исследуется преимущественно без изучения влияния такого фактора, как конкурентоспособность его продукции. Трактовка некоторых ключевых понятий у разных авторов неоднозначна: каждый автор по этому поводу свою точку зрения на изучаемые явления, используя при этом термин «конкурентоспособность продукции». В то же время нет четкого методического подхода по выявлению влияния конкурентоспособности продукции на экономическую эффективность деятельности промышленных предприятий.

Авторы работы [2, с. 132] предлагают оценку эффективности деятельности предприятия проводить на основе анализа результативности функционирования предприятия, в состав которого входят анализ конкурентов и расчет интегрального показателя экономической результативности. По нашему мнению, использование маркетинговых исследований при анализе конкурентов может обеспечить предприятие дополнительными конкурентными преимуществами (соответственно его конкурентоспособность повысится при условии их реализации), а под интегральным показателем экономической результативности подразумевается индекс эффективности, поскольку этот показатель авторы предлагают оценивать на основе взаимосвязи ресурсов предприятия с результатами его деятельности.

Ученый В. В. Алещенко понимает конкурентоспособность «... как степень эффективности субъекта» [3, с. 114]; подобным образом конкурентоспособность объекта рассматривают И. П. Богомолова и Е. Хохлов [4, с. 32] – «как состояние, характеризующее реальную или потенциальную возможность выполнения своих функциональных обязанностей в условиях возможного противодействия соперников». Авторы работ [3, 4] отождествляют понятия конкурентоспособности предприятия с его экономической эффективностью, с этим нельзя согласиться и предлагается рассматривать указанные показатели, учитывая их взаимосвязь.

Авторы В. М. Гец и В. П. Семиноженко предлагают следующее определение: «...в современной экономической жизни конкурентоспособность является одним из самых популярных и показательных категорий, которая позволяет оценить качество не только продукции и самого производства, но и экономической системы, в рамках которой это производство осуществляется» [5, с. 229]. Следует отметить, что в приведенном определении, скорее всего, имеется в виду не непосредственно производство, а в целом деятельность предприятия.

Некоторые авторы рассматривают конкурентоспособность продукции как «... определенную совокупность свойств продукции, важнейшими характеристиками которой являются технический уровень, качество и цена» [6, с. 79], дополняя эти свойства продукции рядом организационно-экономических категорий, характеризующих затраты потребителя и возможность реализации продукции на конкретном рынке. Следует отметить, что технический уровень продукции входит в показатель качества продукции.

Экономист А. Г. Светлов [7] под конкурентоспособностью товара понимает «... совокупность его потребительских и стоимостных характеристик, обеспечивающих

лучшее удовлетворение конкретной потребности покупателя по сравнению с аналогичными товарами - конкурентами в определенный момент времени на конкретном рынке». Критериями конкурентоспособности товара выступают уровень качества и его стабильность, уровень новизны товара, имидж товара, информативность товара и цена его потребления. Конкурентоспособность продукции определяют следующие факторы: цена, расходы на эксплуатацию или потребление, сервис, реклама, имидж и авторитет фирмы, соотношение между спросом и предложением. Однако итоговым критерием оценки конкурентоспособности продукции автор работы [8, с. 45] считает «... долю рынка, которую занимает данная продукция».

По мнению П. Беглицы «... для достижения ведущего положения на рынке товар по своим совокупным характеристикам имеет успешно выдержать функциональную конкуренцию аналогов (наиболее приемлемым способом удовлетворять потребность покупателей), видовое (быть в числе лучших среди однородных товаров, выделяться важными параметрами потребительских свойств) и предметную (лучший дизайн, оформление), то есть в высшей степени удовлетворять (отвечать) общественные потребности» [9, с. 112]. Такая классификация видов конкуренции при определении конкурентоспособности товаров может использоваться, но она не отражает влияния всех ее факторов.

Конкурентоспособность, рассматриваемая в отношении отдельного товара, «... это совокупность качественных и стоимостных характеристик изделий, обеспечивает удовлетворение конкретной потребности покупателя» [10, с. 37]. На наш взгляд, это определение необходимо дополнить следующим образом: конкурентоспособной является та продукция, комплекс потребительских и стоимостных свойств которой обеспечивает ее коммерческий успех на большинстве рынков, т. е. позволяет быть относительно свободно реализованной в условиях широкого предложения,

в отличие от другой аналогичной продукции предприятий-конкурентов. Итак, абсолютно конкурентоспособными являются новые виды продукции, не имеющие аналогов на рынке и пользующиеся спросом у потребителей. По нашему мнению, конкурентоспособность продукции является сочетанием конкурентоспособности нового товара на фазе его разработки (первый уровень) конкурентоспособности товара в реальном исполнении (второй уровень); конкурентоспособности подкрепления товара – предоставление пред- и послепродажных услуг (третий уровень) (рис. 1).

На *первом уровне* конкурентоспособности товара закладывается качество товара, на *втором* она воплощается в готовую продукцию. Следует отметить, что на втором уровне важную роль играет также ценовой фактор в виде затрат на производство, где используется маркетинговая логистика в процессе его обеспечения материалами, и рассчитывается цена потребления. На *третьем уровне* конкурентоспособности товара находят отражение неценовой фактор конкурентоспособности наряду с логистическим относительно продвижения товара и его реализации.

Изменения в поведении потребителей, начиная с середины XX в., привели к переосмыслению процесса производства. До этого периода главным было высокоэкономическое производство, тогда как в рыночных условиях возникли новые требования: обоснование номенклатуры и объема производства (маркетинговая товарная политика), обеспечение определенного уровня качества продукции (конкурентоспособность по качеству), разработка ценовой стратегии (ценовая политика, конкурентоспособность по цене), неценовые факторы конкурентоспособности продукции, обеспечиваемых пред- и послепродажным обслуживанием, имиджем товара и производителя продукции; логистический фактор, который позволяет обеспечить постоянное наличие конкретного товара на рынке и при этом сократить период его продвижения, а также расходы на него.



Рис. 1. Уровни конкурентоспособности товара

Разработано автором.

Итак, в условиях рыночных отношений предприятию для достижения конкурентоспособности продукции необходимо использовать комплекс маркетинга. В современных условиях субъекты хозяйствования вынуждены приспосабливать производство к изменениям потребности рынка; в условиях конкуренции это приводит к сокращению жизненного цикла продукции, к пересмотру всей логистической цепи изготовления продукции и реализации товара. На основе проведенного анализа определения конкурентоспособности продукции разных авторов можно констатировать, что нет единства в подходах к классификации ее видов и составляющих, определения качественного и количественного влияния конкурентоспособности продукции на результаты деятельности предприятий в рыночных условиях. Нами предлагается рассматривать конкурентоспособность машиностроительной продукции как совокупность качественных характеристик продукции, изготовленной в условиях оптимизации ресурсов и запросов, обеспечивающей удовлетворение потребностей потребителей, а также отвечает требованиям конкретного рынка, а также ценовых, неценовых и логистических факторов. ■

ЛИТЕРАТУРА

1. **Тарнавська Н. П.** Управління конкурентоспроможності підприємств: теорія, методологія, практика [Текст] : монографія / Н. П. Тарнавська. – Тернопіль : Економічна думка, 2008. – 568 с. : табл. – ISBN 978-966-654-225-3.
2. **Маротин Л. Б.** Логистическое администрирование [Текст] / Л. Б. Маротин, А. Б. Чубуков, В. Э. Ташбаев – М. : Экзамен, 2003. – 480 с.
3. **Алещенко В. В.** Теоретико-методологические вопросы конкурентоспособности экономической системы / В. В. Алещенко // Маркетинг в России и за рубежом. – 2005. – № 1(45). – С. 113 – 119.
4. **Богомолова И. П.** Анализ формирования категории «конкурентоспособность» как фактора рыночного превосходства экономических объектов / И. П. Богомолова // Маркетинг в России и за рубежом. – 2005. – № 1. – С. 29 – 36.
5. **Геєць В. М.** Інноваційні перспективи України [Текст] / В. М. Геєць, В. П. Семиноженко. – Х. : Константа, 2006. – 272 с.
6. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства [Текст] : монографія / [Ю. Б. Іванов, О. М. Тищенко, Г. В. Назарова та ін.] ; Харк. нац. екон. ун-т. – Х. : ІНЖЕК, 2006. – 382 с : іл. – ISBN 966-392-046-7.
7. **Светлов А. Г.** Оценка конкурентоспособности масложировых продуктов / А. Г. Светлов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2004. – № 3 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.mavriz.ru/articles/2004/3/114.html>
8. **Минько Э. В.** Качество и конкурентоспособность продукции и процессов [Текст] : / Э. В. Минько, А. Э. Минько, В. П. Смирнов. – СПб. : ГУАП, 2005. – 240 с. ISBN 5-469-00111-3.
9. **Беглиця В. П.** Механізм державного регулювання конкурентоспроможності / В. П. Беглиця // Вісник КНУТД. – 2009. – № 4. – С. 111 – 116.
10. **Дегтярева Ю. В.** Методы управления инновационно-инвестиционной деятельностью предприятий в условиях риска [Текст] : монография / Ю. В. Дегтярева. – Краматорск : ДГМА, 2010. – 124 с.

REFERENCES

Aleshchenko, V. V. "Teoretiko-metodologicheskie voprosy konkurentosposobnosti ekonomicheskoy sistemy" [Theoretical and methodological issues of competitiveness and economic system]. *Marketing v Rossii i za rubezhom*, no. 1 (45) (2005): 113-119.

Bogomolova, I. P. "Analiz formirovaniia kategorii «konkurentosposobnost» kak faktora rynochnogo prevoskhodstva ekonomicheskikh obektov" [Analysis of formation of the category of "competitiveness" as a factor of economic superiority of market facilities]. *Marketing v Rossii i za rubezhom*, no. 1 (2005): 29-36.

Behlytsia, V. P. "Mekhanizm derzhavnoho rehuliuвання konkurentospromozhnosti" [The mechanism of state regulation competitiveness]. *Visnyk KNUVD*, no. 4 (2009): 111-116.

Degtiareva, Yu. V. *Metody upravleniia innovatsionno-investitsionnoy deiatelnostiu predpriiaty v usloviakh riska* [Methods of innovation and investment activities of enterprises in terms of risk]. Kramatorsk: DGMA, 2010.

Heiets, V. M., and Semynozhenko, V. P. *Innovatsiini perspektivy Ukraini* [Innovative perspectives of Ukraine]. Kharkiv: Konstanta, 2006.

Minko, E. V., Minko, A. E., and Smirnov, V. P. *Kachestvo i konkurentosposobnost produktsii i protsessov* [Quality and competitiveness of products and processes]. St. Petersburg: GUAP, 2005.

Marotin, L. B., Chubukov, A. B., and Tashbaev, Y. E. *Logisticheskoe administrirovanie* [Logistical administration]. Moscow: Ekzamen, 2003.

Svetlov, A. G. "Otsenka konkurentosposobnosti maslozhirovykh produktov" [Competitiveness assessment of oil and fat products]. <http://www.mavriz.ru/articles/2004/3/114.html>

Tarnavska, N. P. *Upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpriemstv: teoriia, metodolohiia, praktyka* [Managing enterprise competitiveness: theory, methodology, practice]. Ternopil: Ekonomichna dumka, 2008.

Ivanov, Yu. B., Tyshchenko, O. M., and Nazarova, H. V. *Teoretichni osnovy konkurentnoi stratehii pidpriemstva* [The theoretical basis of competitive strategy]. Kharkiv: INZHEK, 2006.

Научный руководитель – Смоловик Р. Ф., канд экон. наук, проф. кафедры экономического анализа и учета Национального технического университета «Харьковский Политехнический Институт»