

СУТНІСТЬ ТА ЗМІСТ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БАНКУ

Вовк В.Я.

У статті розглянуто існуючі підходи до визначення сутності економічної категорії «конкурентоспроможність» і на підставі їх теоретичного узагальнення уточнено сутність та зміст конкурентоспроможності банку з урахування специфіки банківської діяльності, а також проведено структурно-декомпозиційний аналіз сутнісних складових категорії «конкурентоспроможність» та встановлено характер взаємозв'язків між такими її фундаментальними категоріями як конкурентні переваги, конкурентний статус, конкурентна позиція та конкурентний потенціал.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність, конкурентні переваги, конкурентний статус, конкурентна позиція, конкурентний потенціал.

ВСТУП

В сучасних умовах ведення банківського бізнесу на фоні негативного прояву фінансової кризи, характерними рисами якої є підвищення банківських ризиків, збільшення проблемної заборгованості за кредитами, падіння довіри до банків з боку вкладників та масового відтоку коштів з банківських рахунків, пріоритетним завданням є досягнення та збереження високого рівня конкурентоспроможності вітчизняних банківських установ як на внутрішньому так і на зовнішніх (регіональних, світовому) фінансових ринках. Крім того ефективність інтеграції національної банківської системи до світових ринків фінансових послуг напряму залежить від спроможності вітчизняних банківських установ успішно конкурувати на ринку банківських послуг в умовах постійної зміни зовнішнього середовища. Конкурентоспроможність банків є узагальнюючим показником фінансової стійкості та стабільності банківської установи та її здатності забезпечити собі провідні позиції в умовах високої конкуренції. За цих обставин актуальним питанням є проведення структурно-декомпозиційного аналізу економічних категорій «конкурентоспроможність», «конкурентна перевага», «конкурентний статус», «конкурентна позиція», «конкурентний потенціал», уточнення їх з урахуванням специфіки банківської діяльності та визначення їх змістовної підпорядкованості.

Питаннями дослідження конкурентоспроможності займалась низка таких закордонних вчених, як: М. Портер, Ф.Хайек, Д.Рікардо, А.Маршалл, Й.Шумпетер, Е.Чемберлін, П.Самуельсон, Дж.Робінсон, А.Сміт тощо, які визначали сутність конкурентоспроможності як економічної категорії по відношенню до різних рівнів конкуренції як-то країна, суб'єкт господарювання, продукція. Серед вітчизняних дослідників проблемам забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів

господарювання присвячені роботи таких вчених, як: Р. Фатхутдінова, Г. Азоєва, В. Юданова, Ю.Б. Іванова, О.М. Тищенко, С. Козьменка, А. Градова тощо. Але, незважаючи на чисельну кількість робіт, присвячених даній тематиці, автори розходяться у визначенні сутності економічних категорій конкурентоспроможності, та недостатньо уваги приділяють дослідженню конкурентоспроможності банку як специфічного суб'єкта фінансового ринку.

Метою роботи є дослідження існуючих підходів до визначення конкурентоспроможності суб'єкта господарювання та, на підставі їх теоретичного узагальнення, уточнення сутності та змісту економічної категорії «конкурентоспроможність банку» та встановлення характеру взаємозв'язків між її фундаментальними категоріями.

У статті застосовано широкий інструментарій загальноприйнятих методів наукового дослідження, а саме: аналізу й синтезу, індукції й дедукції, метод теоретичного узагальнення та системний підхід.

Стаття складається зі вступу, результатів дослідження в двох розділах, висновку та переліку використаних джерел.

1 СУТНІСТЬ ТА ЗМІСТ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БАНКУ

Конкурентоспроможність у загальному вигляді Р.А. Фатхутдінова визначає як властивість об'єкта, що характеризується ступенем реального або потенційного задоволення їм конкретної потреби в порівнянні з аналогічними об'єктами, представленими на даному ринку. Конкурентоспроможність визначається здатністю витримувати конкуренцію в порівнянні з аналогічними об'єктами на даному ринку [24]. Вчений зазначає, що конкурентоспроможність об'єкта визначається стосовно конкретного ринку або до конкретної групи споживачів, сформованої за відповідними ознаками стратегічної сегментації ринку.

На підставі аналізу економічної літератури залежно від рівня конкуренції можна виокремити

Вовк Вікторія Яківна, к.е.н., доцент, завідувач кафедри фінансів і кредиту Харківського національного університету внутрішніх справ, victoriavovk@mail.ru

декілька підходів до розкриття сутності економічної категорії «конкурентоспроможність».

До першого підходу можна віднести визначення, які розкривають сутність категорії «конкурентоспроможність» на рівні країни або на рівні національної економіки [5], [16], [29]. Саме конкурентоспроможність країни в умовах глобалізації фінансових ринків робить її більш привабливою у середньо- та довгостроковому аспекті для глобальних інвесторів. Відсутність системного бачення власної конкурентоспроможності (або неконкурентоспроможності) у сукупності з відсутністю якої-небудь стратегії по її формуванню обумовлює ризик залишитися інвестиційно непривабливою і неконкурентоспроможною країною [16].

До другого підходу можна віднести визначення, які розкривають сутність категорії «конкурентоспроможність» на рівні суб'єкта господарювання (підприємства, банку) [4], [6], [22], [26], [28], [29]. У загальному вигляді під конкурентоспроможністю підприємства розуміють його здатність до ефективної господарської діяльності та забезпечення прибутковості за умов конкурентного ринку, тобто здатність забезпечувати випуск і реалізацію конкурентоспроможної продукції та реалізувати її за цінами, нижчими ніж у конкурентів [4], [6], [22], [28].

Конкурентоспроможність організації може бути визначена як комплексна порівняльна характеристика, яка відображає рівень переваги сукупності оціночних показників діяльності, що обумовлюють успіх підприємства на певному сегменті ринку за певний проміжок часу відносно сукупності показників конкурентів. Тобто конкурентоспроможність організації є відносним показником і визначається тільки по відношенню до підприємств, які належать до однієї галузі (займаються одним і тим самим видом діяльності) і виробляють (реалізують) аналогічні товари (товари-субститути). Одна й та ж сама організація може бути конкурентоспроможною на певному сегменті ринку, а на іншому ні, бути конкурентоспроможною на внутрішньому ринку, а на світовому або його сегменті - ні.

Визначення сутності категорії «конкурентоспроможність» по відношенню до банківської організації наведено у роботі С.М. Козьменка, Ф.І. Шпиґа, І.В. Волошка: «це можливість здійснення ефективної господарської діяльності та досягнення практичної прибутковості реалізації своїх послуг в умовах конкурентного ринку» [12]. При цьому створення та реалізація конкурентоспроможних послуг є узагальненим показником стійкості банку, його уміння ефективно використовувати свій фінансовий, науково-технічний і кадровий потенціали. Конкурентоспроможність є категорією потенційною, прибуток і прибутковість, у цьому випадку, можуть виступати лише критеріями оцінки саме реалізації цього потенціалу за певний період часу.

До третього підходу, можна віднести погляди вчених [1], [3], [4], [12], [18], [25], які розглядаючи економічну категорію конкурентоспроможність

організації (підприємства, банку) розкривають її сутність через здатність виробляти конкурентоспроможний товар. Вихід на ринок з конкурентоспроможним товаром (послугою) є ключовим моментом у діяльності організації з засвоєння ринку та закріплення на ньому. При цьому, важливим аспектом у забезпеченні конкурентоспроможності організації є систематичне удосконалення продукту (послуги), постійний пошук нових каналів його збуту, нових груп покупців, поліпшення сервісу, активізація реклами [12].

Під конкурентоспроможністю продукції (товару, виробу) вчені пропонують розуміти як ступінь реальної чи потенційної відповідності її на певний момент вимогам цільових груп споживачів або обраного ринку за найважливішими характеристиками: технічними, економічними, екологічними тощо, та її здатність задовольнити потреби основних споживачів у більшій мірі ніж товари-аналоги конкурентів [1], [18].

Благодетелева-Вовк С.Л. зазначає, що «рівень конкурентоспроможності продукції існує в двох формах – формальній і ринковій» [4]. При цьому, формальна конкурентоспроможність товару досягається за умови його відповідності галузевим стандартам якості (наявності на товар сертифікату відповідності), а ринкова конкурентоспроможність продукції характеризується зростаючим або сталим попитом та обсягами реалізації при умові відповідності за основними параметрами та рівнем якості аналогічним продуктам конкурентів. Якщо для певного виду продукції співпадають формальна і ринкова конкурентоспроможність, то потрібно констатувати факт повної конкурентоспроможності товару.

Таким чином, розглядаючи сутність категорії «конкурентоспроможність країни» автори пропонують виокремлювати такі її основні характеристики як «забезпечення стабільного внутрішнього та зовнішнього середовища функціонування», «наявність конкурентного потенціалу» [29], «можливість досягнення конкурентних позицій та конкурентного статусу на ринку за рахунок реалізації конкурентних переваг» [5], «конкурентостійкість» [9]. При цьому, конкурентоспроможність країни визначається конкурентоспроможністю суб'єктів її економічною інфраструктурою та продукцією, що представляє країну на світовому ринку, тобто наявність конкурентоспроможного внутрішнього середовища країни є однією з конкурентних переваг країни на світовому ринку. У свою чергу конкурентоспроможність країни визначає рівень конкурентоспроможності суб'єктів господарювання-резидентів.

Характеристиками «конкурентоспроможності суб'єкта господарювання» вчені пропонують вважати наявність внутрішнього потенціалу та здатність системи протистояти дестабілізуючим факторам зовнішнього середовища [7], сукупність конкурентних переваг системи по відношенню до конкурентів [6], [22], [29], позицію системи на ринку стосовно конкурентів [12], [26].

По відношенню до конкурентоспроможності продукції її сутність, на думку фахівців, дозволяють розкрити такі характеристики як конкурентний потенціал продукції [5], спроможність забезпечувати виробнику стабільну комерційну діяльність [3],

наявність конкурентних переваг по відношенню до товарів конкурентів [17] та конкурентна позиція товаровиробника на ринку [25].

Морфологічний аналіз сутності економічної категорії «конкурентоспроможність» подано у табл.1.

Таблиця 1 Класифікація морфологічних одиниць сутнісної складової поняття «конкурентоспроможність»

Ключове слово	Визначення в межах ключового слова	Конкретизація визначення	
Здатність (спроможність)	ефективно використовувати	наявні ресурси	
	успішно конкурувати	з іншими суб'єктами ринку	
	виживати	у агресивному середовищі	
	забезпечувати		високий рівень ефективності (прибутковості) діяльності
			стійке становище на внутрішньому та зовнішньому ринку
			високий рівень конкурентного статусу
			умови для сталого розвитку
	підвищувати	продуктивність діяльності	
	протистояти	конкуренції на ринку	
займати і утримувати	високі конкурентні позиції на ринку		
створювати та реалізувати	конкурентні переваги унікальні ресурси		
Можливість	здійснювати	ефективну господарську діяльність	
	досягнення	практичної прибутковості	
Наявність	потенціалу	щодо зростання економіки	
		щодо протистояння суперникам у конкурентній боротьбі	
	конкурентної позиції і конкурентного потенціалу	для створення і реалізації конкурентних переваг	
	середовища	для реалізації конкурентних переваг	
чинників	сталого розвитку		
Стан	щодо забезпечення	стабільного підвищення ефективності діяльності	
		адаптації до змін зовнішнього середовища	
		реалізації конкурентних переваг	
що визначає	досягнення кращих за конкурентів параметрів конкуренції		
Характеристика	яка проявляється у здатності	залучення необхідних ресурсів	
		можливості ефективного їх використання	
		формуванню сталу конкурентну позицію на ринку	
відображає	ступінь переваги оціночних показників діяльності по відношенню до конкурентів		
Результат	раціонального використання	комплексу конкурентних переваг	
Узагальнююча оцінка	конкурентних переваг	у порівнянні з конкурентами	
Ступінь	відповідності	вимогам ринку	
		зростаючому зростанню клієнтської бази	
Процес	суперництва	конкурентів між собою	

За результатами узагальнення літературних джерел і синтезу найбільш характерних особливостей

конкурентоспроможності суб'єктів конкурентної боротьби вважаємо за можливе наступне визначення

категорії «конкурентоспроможність банку»: це комплексна порівняльна характеристика банку, яка визначається його наявним конкурентним потенціалом для реалізації існуючих та створення нових конкурентних переваг, що дозволяє забезпечити провідну конкурентну позицію на ринку банківських послуг в умовах конкурентної боротьби. У запропонованому визначенні як основні складові елементи конкурентоспроможності визначено конкурентний потенціал, конкурентні переваги та конкурентну позицію, що дозволить обґрунтувати аналітичний інструментарій оцінки конкурентоспроможності банку та забезпечити адаптацію банківської установи до зміни умов функціонування в наслідок посилення конкурентної боротьби на ринку банківських послуг шляхом реалізації відповідних конкурентних стратегій.

2 СУТНІСТЬ ОСНОВНИХ ХАРАКТЕРИСТИК КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БАНКУ

В економічній літературі сутність категорії «конкурентоспроможність» розглядається через такі категорії як «конкурентна перевага», «конкурентний статус», «конкурентна позиція» та «конкурентний потенціал», що обумовлює необхідність встановлення ієрархії зазначених понять з метою визначення інструментів оцінки та обґрунтування методів управління конкурентоспроможністю банківської установи. Загальна схема ієрархії фундаментальних категорій конкурентоспроможності може бути представлена наступним чином (рис. 1).

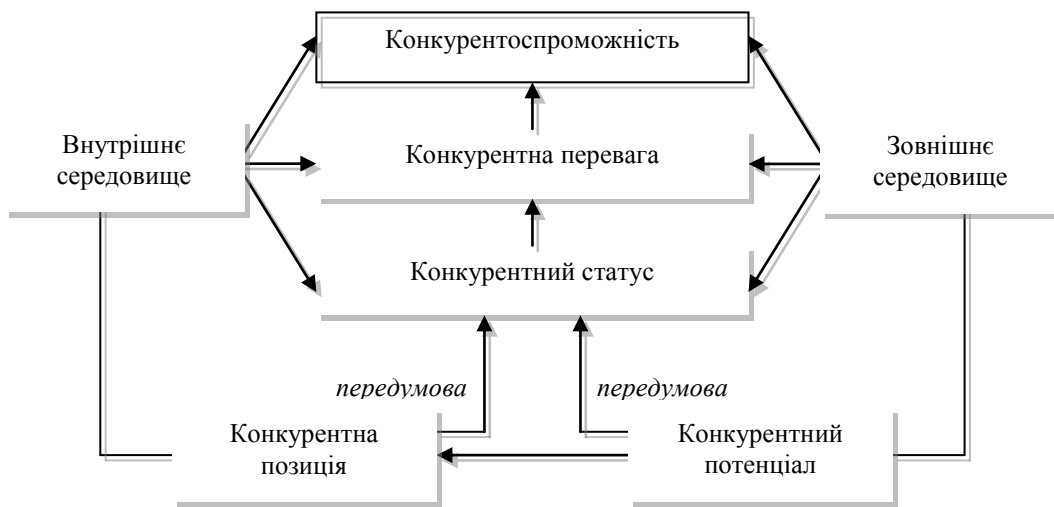


Рис. 1 Загальна схема ієрархія сутності категорії «конкурентоспроможність» [10], [14], [27]

Конкуренція виступає стимулятором суб'єктів конкурентної боротьби до постійного вдосконалення, впровадження новітніх розробок в діяльності та орієнтації на потреби зовнішнього середовища функціонування. Першочерговим завданням для банків в контексті забезпечення високого рівня конкурентоспроможності на ринку банківських послуг є забезпечення високого рівня конкурентних переваг у порівнянні з прямими та потенційними конкурентами на підставі розширення спектру банківських продуктів та послуг відповідно до потреб клієнтів, запровадження інноваційних банківських продуктів, підвищення якості обслуговування клієнтів, оптимізації вартості залучення та розміщення банківських ресурсів тощо.

В економічній літературі під конкурентними перевагами суб'єкта господарювання запропоновано розуміти їх більш високі досягнення в обраних напрямках підприємницької діяльності у порівнянні з досягненнями суперників, що визнані зовнішнім оточенням даного суб'єкта бізнесу [20]. Конкурентні переваги виступають одночасно і як цілі конкурентного суперництва суб'єктів бізнесу, і як інструменти такого суперництва.

І.А. Ніконова та Р.Н. Шамгунов як конкурентні

переваги визначають усі можливості банку, які виокремлюють його із банківського співтовариства і є його перевагами перед своїми конкурентами [13]. Автори пропонують виокремлювати три групи конкурентних переваг банку: внутрішні компетенції, зовнішні компетенції та динамічні здібності.

Зовнішня конкурентна перевага – це перевага у властивостях товару, яка створює «цінність для покупця» внаслідок більш повного задоволення його потреб і збільшує переваги організації, тому може змусити ринок установити ціну вищу, ніж у пріоритетного конкурента, який не має такої переваги (іноді її називають перевагою у ціні товару). Оцінкою такої конкурентної переваги можна вважати еластичність попиту за ціною. Внутрішню перевагу визначено як перевагу організації у витратах виробництва, яке створює «цінність для виробника» внаслідок вищої продуктивності і забезпечує організації більшу стійкість до зниження ціни продажу, яка нав'язана ринком або конкурентами, та вищу рентабельність [12]. Динамічні здібності визначаються інноваційним потенціалом організації, під яким прийнято розуміти економічні можливості по ефективному залученню новітніх технологій у господарський обіг [19].

Узагальнення існуючих підходів [12], [13], [14], [20] дозволяє зробити висновок, що у будь-якому випадку конкурентні переваги представляють собою щось особливе, виняткове, що здатне виокремити банківську установу на ринку серед конкурентів і забезпечити їй успіх у конкурентній боротьбі. Конкурентні переваги банку, як і будь-якої іншої юридичної особи, проявляються у певних результатах підприємницької діяльності, а саме: спектрі банківських операцій та послуг, ступені їх корисності, спроможності задовольняти потреби клієнтів за своїм складом; рівні якості запропонованих операцій та послуг; рівні обслуговування клієнтів; переліку мінімальних послуг та рівні їх диверсифікації відповідно до потреб клієнтів; ступені надійності та стійкості банківської установи; ціновій політиці; масштабності маркетингової політики; зацікавленості банку у клієнтах (гнучкість цінової політики, орієнтація на задоволення індивідуальних потреб групних корпоративних клієнтів) тощо.

Розглянуті результати підприємницької діяльності перетворюються на конкурентні переваги лише у тому випадку, якщо їх рівень буде вищим ніж у прямих або потенційних конкурентів [20]. Різний рівень конкурентних переваг банку дозволяє визначити окремі конкурентні переваги та систему конкурентних переваг банку на ринку або певному сегменті ринку. Крім того, конкурентні переваги банку визначають у загальному підсумку його виняткову позицію на цільовому ринку у порівнянні з банками-конкурентами.

Вчені [1], [27], [28] зазначають, що «передумови досягнення конкурентних переваг підприємства відбиває поняття «конкурентний статус», який дозволяє визначити способи збереження конкурентних переваг». У роботах [2], [7], [28] під конкурентним статусом запропоновано розуміти позицію на ринку чи своєрідний вимірник положення підприємства на ринку. При цьому, конкурентний статус охоплює не тільки позицію підприємства на ринку, а й ступінь володіння ним визначених порівняльних переваг [27]. Конкурентний статус визначається конкурентною позицією і є передумовою досягнення конкурентних переваг суб'єкта конкуренції.

У загальному вигляді під конкурентною позицією розуміють певну позицію суб'єкта господарювання відносно його конкурентів [20]; місце суб'єкта господарювання на конкретних сегментах ринку зовнішнього середовища стосовно конкурентів [17]; певне положення підприємства в ринковому сегменті за рахунок більш ефективної реалізації обраної їм конкурентної стратегії в порівнянні з підприємствами-конкурентами [22].

Тобто конкурентна позиція банку на ринку банківських послуг або його окремих сегментах відбиває конкурентні відносини, а її розмір є результатом конкурентної боротьби і становить основу для подальшого існування в конкурентному середовищі в наслідок реалізації існуючих конкурентних переваг у порівнянні з прямими та потенційними конкурентами.

Здатність банку підтримувати сталу конкурентну позицію на ринку протягом тривалого часу визначається його конкурентним потенціалом, який «відображає можливості, наявні у внутрішньому та зовнішньому середовищі підприємства для його функціонування та розвитку» [15]. Вчені зазначають, що конкурентний потенціал є необхідною передумовою збереження та розвитку конкурентних переваг суб'єкта конкурентної боротьби [14], [27]; наявність необхідних складових конкурентного потенціалу є запорукою досягнення підприємством високих конкурентних позицій [22].

Поняття «потенціал» виходить з латинського «*potentia*» - здатність, прихована можливість, яка може проявитись в певних умовах [21]. Звичайно під потенціалом підприємницької фірми розуміють сукупність різноманітних ресурсів, які знаходяться у розпорядженні даної фірми і використовуються в процесі ділової діяльності. Автори роботи [10] зазначають, що «конкурентний потенціал організації визначається сукупністю параметрів, що характеризують можливість (потенціал) і здатність організації ефективно функціонувати на ринку (утримувати чи збільшувати свою ринкову частку, мати досить високий рівень рентабельності) у перспективі». Конкурентний потенціал є необхідною умовою забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

Отже, конкурентний потенціал банківської установи можна охарактеризувати як здатність залучати та розміщувати банківські ресурси внаслідок реалізації широкого спектру банківських продуктів та послуг на ринку, адекватних потребам споживачів цих послуг. Наявний конкурентний потенціал дозволяє банку утримувати стійку конкурентну позицію та збільшити її в наслідок реалізації ефективної конкурентної стратегії протягом визначено періоду часу.

ВИСНОВКИ

Таким чином, підвищення конкуренції на ринку банківських послуг, яке спостерігається протягом останніх років в наслідок глобалізації фінансових ринків та експансії іноземного капіталу у вітчизняний банківський сектор, зумовлює необхідність розв'язання низки завдань, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності вітчизняних банків. Проведене дослідження категоріального апарату конкурентоспроможності дозволило зробити висновок, що конкурентоспроможність будь-якої організації, у тому числі і банку, є відносним показником і визначається тільки у порівнянні з суб'єктами господарювання, які належать до тієї ж галузі (займаються одним і тим самим видом діяльності) і виробляють (реалізують) аналогічні товари (товари-субститути). За цих обставин, одна й та ж сама організація може бути конкурентоспроможною на якомусь певному сегменті ринку, а на іншому ні.

Сутність категорії «конкурентоспроможність» вчені розглядають по відношенню до різних суб'єктів

конкуренції, що дозволило виокремити три підходи, в межах кожного з них систематизувати існуючі визначення та на підставі теоретичного узагальнення та синтезу найбільш поширених характеристик уточнити сутність економічної категорії «конкурентоспроможність банку», яке враховує специфіку банківської діяльності, дозволяє розробити аналітичний інструментарій оцінки конкурентоспроможності банківської установи та забезпечити своєчасну адаптацію банку до зміни умов

функціонування в наслідок посилення конкурентної боротьби на ринку банківських послуг шляхом реалізації відповідних конкурентних стратегій. Розглянута ієрархія фундаментальних категорій конкурентоспроможності дозволила уточнити їх сутність по відношенню до банку, як специфічної фінансово-кредитної установи, яка займається посередницькою діяльністю у сфері розподілу та перерозподілу фінансових ресурсів.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Азов Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика / Г.Л. Азов. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. – 208 с.;
2. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф. – СПб.: Изд. «Питер», 1999. – 416 с.
3. Бей Н.О. Організаційно-економічний механізм підвищення конкурентоспроможності продукції скотарства: Автореф. дис. канд. екон. наук: 08.07.02 / Н.О. Бей; Ін-т аграр. економіки УААН. — К., 2002. — 20 с.
4. Благодетелева-Вовк С.Л. Управління фінансовою санацією підприємств: Навч. посібн. [Електронний ресурс] / С.Л. Благодетелева-Вовк. - К.: Ніка-Центр, 2006. - 248с. - Режим доступу: http://www.bookshop.ua/asp/k_view
5. Брикова І.В. Теоретичні основи міжнародної конкурентоспроможності регіону / І.В. Брикова // Економіка та підприємство. – 2005. – № 15.
6. Гарачук Ю.О. Підвищення ефективності діяльності підприємства за рахунок управління конкурентоспроможністю / Ю.О. Гарачук // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – №2 (80). – С.60-65.
7. Горбатов В.М. Теоретичні основи конкурентоспроможності та розвитку інтегрованих структур бізнесу. Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук. Харків – 2006.
8. Економічна діагностика. Опорний конспект лекцій [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://inpos.com.ua/511>.
9. Економічна енциклопедія: У 3-х т. - Т. 1. / [Редкол.: С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін.] - К. : Вид. центр «Академія», 2000. - 846 с.
10. Забелин П.В. Основы стратегического управления. Учеб. пособ. / П.В. Забелин, Н.К. Моисеева. – М.: Информ.-внедренч. Центр «Маркетинг», 1998. – 196 с.
11. Иванов Ю.Б. Конкурентні переваги підприємства: оцінка формування та розвиток: Монографія. / Ю.Б. Иванов, П.А. Орлов, О.Ю. Иванова.– Х.: ВД «ІЖЕК», 2008. – 352 с.
12. Козьменко С.М. Стратегічний менеджмент банку: навч. посібн. / С.М. Козьменко, Ф.І. Шпиг, І.В. Волошко/ – Суми: ВТД «Університетська книга», 2003. – 734с.
13. Никонова И.А. Стратегия и стоимость коммерческого банка / И.А. Никонова, Р.М. Шамгунов. – [3-е изд.]. – М.: «Альпина Бизнес Букс», 2007. – 304 с.
14. Отенко І.П. Управління конкурентними перевагами підприємства. Наукове видання / І.П. Отенко, Є.О. Полтавська. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2005. – 212 с.
15. Отенко І.П. Механизм управления потенциалом предприятия: Научн. издание. / И.П. Отенко, Л.М. Малярец.– Харьков: Изд. ХГЕУ, 2003. – 220 с.
16. Полунев Ю. Конкурентоспособность страны как национальная идея [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://dialogs.org.ua/issue_full.php?m_id=2624
17. Пономаренко В.С., Тридід О.М., Кизим М.О. Стратегія розвитку підприємства в умовах кризи: Монографія. – Х.: Видавничий Дім «ІНЖЕК», 2003. - 328 с.
18. Примак Т. О. Маркетинг: Навч. посіб. / Т. О. Примак. – К.: МАУП, 2004. – 228 с.
19. Развитие корпоративного менеджмента в промышленности России [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.dissercat.com/content/razvitie-korporativnogo-menedzhmenta-v-promyshlennosti-rossii>
20. Рубин Ю.Б. Теория и практика предпринимательской конкуренции: учебн. / Ю.Б. Рубин. – 7-е изд., перераб. и доп. – М.: Маркет ДС, 2008. – 608 с.
21. Советский энциклопедический словарь / [Научно-редакционный совет: А.М. Прохорова (пред.)]. – М.: Советская энциклопедия, 1981. – 1600 с.
22. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства: Монографія / За заг. ред. д-ра екон. наук, професора Іванова Ю.Б., д-ра екон. наук, професора Тищенко О.М. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2006. – 384 с.
23. Тищенко А.Н. Стратегия управления развитием предприятия / А.Н. Тищенко, А.С. Головкин. – Х.: ЭДЭНА, 2003. – 198 с.
24. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент / Р.А. Фатхутдинов. – М.: Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2002. – 892 с.
25. Федак Т.В. Регіональні фактори забезпечення конкурентоспроможності продукції: Автореф. дис. канд. екон. наук: 08.10.01 / Т.В. Федак; НАН України. Ін-т регіон. дослідж. — Л., 2001. — 20 с.
26. Четова-Терашвілі Т.М. Формування сталої конкурентної позиції підприємства: Автореф. дис. канд. екон. наук: 08.06.01 / Т.М. Четова-Терашвілі; Харк. нац. екон. ун-т. — Х., 2006. — 21 с.
27. Шинкаренко В.Г. Управління конкурентоспроможністю підприємства // В.Г. Шинкаренко, А.С. Бондаренко – Харьков: Изд-во ХНАДУ, 2003. – 188 с.
28. Экономическая стратегия фирмы: Учеб. пособ. / [Под ред. А.П. Градова]. – 3-е изд., испр. – СПб.: Спец. – лит. – 2000. – 589 с.
29. World Competitiveness Yearbook. - IMD, 1999. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.imd.org>