

Пуцентейло П.Р.
к.е.н., доцент, докторант
Тернопільський національний економічний університет

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СУТНОСТІ КОНКУРЕНЦІЇ

Постановка проблеми. Сучасному етапу розвитку економіки характерні докорінні якісні зрушення, які вимагають глибокого теоретичного осмислення. Конкуренція є однією з найважливіших базових категорій економічної науки, виступає базовим елементом ринкової економіки. Саме конкуренція виступає внутрішнім механізмом забезпечення ефективного та динамічного розвитку. Формування конкурентного середовища в економіці України відбувається без наявної необхідної бази її функціонування в минулий період: інституціональної структури, інструментів, спеціалістів, досвіду та інших елементів. Це зумовлює необхідність та актуальність дослідження сутності і розвитку конкуренції, накопиченого державами з ринковою економікою.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед найбільш значних зарубіжних праць, у яких розглядаються питання теорії та практики конкуренції, можна назвати праці С.Брю, К.Макконнелла, М.Портера, Ф.Хайека.

Сьогодні дослідження з питань розвитку конкуренції зустрічаємо у роботах вітчизняних і російських економістів, таких як: Г.Азоев, В.Андріанов, В.Базилевич, Я.Базиліук, А.Борисов, А.Бузгалін, Т.Горькова, А.Гош, Л.Довгань, Я.Жаліло, Й.Завадський, П.Завьялов, А.Загородній, А.Задоя, Ю.Іванов, Б.Кваснюк, М.Книш, І.Ліфіц, О.Михайлов, В.Момот, С.Мочерний, О.Ожерельєв, Л.Піддубна, Б.Райзберг, Н.Тарнавська, А.Челенков, Р.Фатхудінов, К.Шмідт, О.Шнипко, А.Юданов.

Попри широку вживаність цього поняття в численних наукових дослідженнях є досить широкі розбіжності щодо усталеного визначення його розуміння і характеру діяльності. Недостатньо дослідженими залишаються сутність, структура і підходи до розуміння природи конкурентних відносин, що є надзвичайно актуальним у сучасний період розвитку науки. Певних зусиль вимагає вирішення завдання класифікації конкуренції за певними характерними ознаками, що дасть змогу більш точно визначити особливості подальшого розвитку даного явища.

Постановка завдання. Метою статті є теоретико-методологічне визначення економічної сутності і розгляд основних підходів конкуренції з погляду об'єктивного характеру історичного розвитку в процесі діалектичної взаємодії.

Виклад основного матеріалу дослідження. Економічна наука розглядає декілька підходів до розкриття поняття конкуренції: поведінковий, структурний і функціональний.

Поведінковий підхід

Поведінковий підхід є характерним насамперед для школи класичної політекономії. Вона розглядає конкуренцію як елемент ринкового механізму, який дозволяє урівноважити попит та пропозицію. Акцент робився на чесній поведінці продавців і покупців, без змови з суперниками за найбільш вигідні умови продажу або покупки товарів. Отже, конкуренція – це та сама „невидима рука” ринку, що регулює і спрямовує діяльність його учасників.

Поведінковий підхід до пояснення сутності конкуренції активно розвивався в межах австрійської школи політекономії, на думку У.С. Джевонса, конкуренція дозволяє продавцям та покупцям бути доступними один одному та володіти повною взаємною інформацією. Звідси він дійшов висновку, що суб'єкти ринку забезпечують отримання людиною такої комбінації товарів, яка в найбільшій мірі задовольняє її потреби [9].

Неокласична школа політичної економії розширила розуміння поведінкового аспекта конкуренції в напрямку висунення гіпотези щодо раціонального економічного агента в умовах ринку. Вони пов'язували конкуренцію із боротьбою за рідкі економічні

блага а також за гроші споживачів, на які їх можна придбати. Фактор дефіциту мав досить важливе значення для пояснення поведінки ринкових агентів, адже він виникав при перевищенні потреб над ресурсами, що в свою чергу, зумовлює проблему вибору і породжує конкуренцію між суб'єктами ринку.

На думку Б.Є.Кваснюка, для класиків та неокласиків конкуренція є притаманною ринковій економіці боротьбою, суперництвом за найбільш вигідні умови виробництва та збуту товарів. При цьому вона розглядається як зовнішня сила (стимул), що примушує економічних агентів підвищувати продуктивність використання ресурсів, збільшувати випуск товарів і послуг, розміри нагромадження, прискорювати темпи науково-технічного та технологічного прогресу, організаційних і структурних змін в економіці. Інакше кажучи, конкурентний тиск на суб'єкта ринку породжує його конкурентну поведінку. Але, вочевидь, вірно і зворотне: наявність конкурентної поведінки свідчить про те, що суб'єкт ринку зазнає конкуренції [20].

Теоретико-методологічна еволюція поведінкового підходу конкуренції отримала своє продовження у теорії М. Портера. Вчений обгрунтовано довів, що, стан конкуренції у будь-якій галузі економіки, на внутрішньому та зовнішньому ринках визначається наступними п'ятьма елементами: загрозою появи нових конкурентів; загрозою появи товарів або послуг-замінників; спроможністю постачальників комплектуючих виробів та інших торгуватися; спроможністю покупців торгуватися; суперництвом вже існуючих конкурентів між собою [27].

На думку Н.П.Тарнавської, основні постулати поведінкового підходу, з урахуванням останніх напрацювань науковців, можуть розглядатися як відправні пункти до розуміння сутності конкурентоспроможності та формування системи управління нею, маючи на увазі, що зусилля товаровиробників будуть спрямовуватися першочергово на оволодіння ресурсами споживачів (коштами і часом) через максимальне задоволення їхніх потреб. З іншого боку, цілий пласт проблем поведінкового характеру сьогодні в межах теорії конкуренції не вирішено, особливо з урахуванням нинішніх економічних реалій. Узагальнення значної кількості аспектів поведінкового підходу до пояснення сутності конкуренції дає змогу констатувати, що дослідники не враховують усіх спонукальних моментів конкуренції у поєднанні з економічним – прагнення самовираження, поваги, влади, формування іміджу, а зосереджуються, в основному, на раціональному аспекті [29].

Отже, економічна наука класичної і неокласичної політичної економії розглядає поведінковий аспект конкуренції через дихотомію "конкуренція-монополія", для якої є характерним намагання конкурентів монополізувати ринки товарів і послуг, трансформувати конкуренцію з суб'єктивного характеру діяльності в сукупність об'єктивних умов і чинників, які характеризують стан ринку і способи впливу на нього за допомогою ціноутворення. В сучасному розумінні поведінковий підхід економісти трактують конкуренцію як постійно діючий механізм змагання на ринку товаровиробників і покупців для підвищення ефективності бізнесу. Прагматизм даного підходу в останні десятиліття набув актуальності в маркетинговій діяльності.

Структурний підхід

Для кінця XIX століття була характерною монополізація виробництва і ринків збуту, внаслідок чого відбувається трансформація структури ринку – на зміну ринкам досконалої (вільної) конкуренції приходять монополізовані ринки.

Задля тлумачення цього феномену виникає структурний підхід пояснення сутності конкуренції.

Вагомий внесок у вивчення структурного підходу належить вченим Ф.Еджуорту, А.Курно, Дж.Робінсон, Е.Чемберліну, П.Самуельсону тощо.

Структурний підхід трактування конкуренції, що базується на загальній теорії ринку, передбачає діагностику структури ринку для визначення міри свободи продавця й покупця на ринку (форми ринку) і способу виходу з нього. Залежно від ступеня конкуренції виділяються різні типи ринків, що визначаються особливостями економічної поведінки суб'єктів, а саме: досконалої конкуренції, монополістичної конкуренції, олігополії і монополії. Конкуренція за такого розуміння характеризує ступінь залежності загальних ринкових умов від поведінки окремих учасників ринку. Розглядаються

параметри, що мають вплив на учасників відносин, а саме: кількість продавців і покупців, вплив на ціну, бар'єри входження на ринок, диференціація товарних груп, ступінь впливу держави на процес регулювання конкуренції тощо.

Особливістю структурного підходу є те, що конкуренція розглядається як особлива ситуація на ринку, що сприяє встановленні ринкових пропорцій, характеризується низкою факторів.

Б.Є.Кваснюк зазначає, що позиції цієї концепції у західній економічній думці є настільки сильними, що сам термін "конкуренція" найчастіше вживається саме у структурному розумінні. Ринок називається конкурентним, коли кількість фірм, що реалізують однорідний продукт, настільки велика, а частка конкретної фірми настільки мала, що жодна фірма одна і самотійно не може істотно вплинути на ціну товару шляхом зміни обсягу продажів [20].

Таким чином, структурний підхід це визначення важливості, пріоритетів серед факторів, що притаманні даному ринку з метою зайняття власної ніші, визначає тип галузевого ринку. Проте, обмеженість структурного підходу полягає в тому, що він розглядає конкуренцію в статичі, а не в динаміці. Тобто руйнується саме поняття конкуренція як рушійна сила і боротьба між учасниками ринку.

Функціональний підхід

Зміна способу виробництва, поширення більш ефективних методів господарювання, стрімкий розвиток науки і технологій призвів до появи нового конкурентного середовища. Визначальними моментами на ньому виступають зміна умов господарювання внаслідок глобалізаційних тенденцій сучасного світу, що зумовлює учасників ринку постійно адаптовуватися до реалій за допомогою покращання ефективності організації ведення бізнесу та інноваційного характеру поступу.

Ф. фон Хайєк стверджував, що "конкуренція є процедурою відкриття, пізнання нового... саме за рахунок зростаючої конкуренції підвищується поступово наша ефективність ... справа не лише у тому, що уся еволюція тримається на конкуренції; неперервна конкуренція необхідна навіть для збереження досягнутого" [35]. "Конкуренція вказує підприємцям напрям пошуку, виявляє зміни у системі розподілу різноманітних потреб та незнайомих раніше способів їх задоволення" [31].

Н.П.Тарнавська розглядає конкуренцію як функціональний підхід і дає йому таке тлумачення: "Нині загальноновизнаною є думка про переважаючу значущість функціонального підходу до розуміння сутності конкуренції. Наростання швидкості інноваційних процесів, скорочення життєвого циклу продукції, індивідуалізація виробництва, про що автором неодноразово зазначалося у попередніх дослідженнях, загострює конкуренцію, і така ситуація обумовлює необхідність активізації наукових досліджень у сфері обґрунтування можливостей інноваційного розвитку підприємств" [29].

Розглядаючи даний підхід, варто звернути увагу на припущення Б.Є.Кваснюка, відповідно до якого в умовах постіндустріалізму функціональний підхід найадекватніше відображає природу економічного прогресу не тільки в ринково розвинених країнах світу, а й відповідає стратегічним завданням розвитку економіки України у XXI ст. [20].

Отже, функціональне трактування конкуренції це суперництво старого з новим, традиційних технологій з інноваціями, коли відбувається якісний перехід до раціональних форм і методів господарювання, вдосконаленні товарів і технологій в результаті чого досягається ефективність бізнесу і формуванні нових ринків. Це важлива ринкового механізму, що забезпечує рівновагу попиту і пропозиції, і встановлення відповідної ціни.

Автором проведено вивчення основних методологічних підходів до розуміння конкуренції. Зазначені підходи взаємно доповнюють один одного, детермінуючи процес розвитку уявлень сутності конкуренції. Проте існування вище зазначених концепцій, теорій і підходів не дає чіткого розуміння сутності конкуренції, що використовується в процесі дослідження. Саме тому слід виділити сутнісний аспект конкуренції в контексті поглядів різних економістів, незалежно від їх приналежності до певних напрямів, течій

та шкіль за допомогою понятійно-категоріального апарату. Для наочного сприйняття, нами запропоновано поділ основних трактувань категорії "конкуренція" за напрямками.

1. Конкуренція як основна об'єктивна закономірність ринкової економіки.

Термін "конкуренція" є давнім і походить від латинського слова *conspicere*, що означає зіштовхування, стикаюся, суперничаю. Економічні енциклопедії і довідники трактують конкуренцію як основну об'єктивну закономірність товарного виробництва, ринкової економіки, що проявляється у боротьбі товаровиробників за кращі умови виробництва і збуту товарів та послуг, завоювання кращих умов і пріоритетів на ринку з метою досягнення максимальних прибутків [4; 6; 11; 13; 15].

Конкурують між собою покупці, продавці, виробники, фінансові установи, роботодавці за досягнення поставленої мети. В роботі вчених Макконнела К.Р. та Брю С.Л., конкуренція визначається як наявність на ринку великої кількості незалежних покупців і продавців та можливість для покупців і продавців вільно виходити на ринок та залишати його [22].

На думку В. Андріанова, "конкуренція – одна з головних рис ринкового господарства... конкуренція забезпечує творчу свободу особистості, створює умови для її самореалізації у сфері економіки шляхом розробки та створення конкурентоспроможних товарів та послуг" [3].

На думку А. Юданова, павутина конкуренції є густою і охоплює навіть окремі ділянки ринку [34]. Зав'ялов П.С. характеризує конкуренцію таким чином: "... конкуренція природним шляхом виникає з ринку і одночасно служить неодмінною умовою його існування та розвитку" [14].

Дослідник О.П. Гош підкреслює, що сучасний ринок діє остільки, оскільки піддається впливу конкуренції між учасниками обміну [8].

Шмідт К.Д. доводить, що "... ринок забезпечує: найкращу координацію планів виробників та споживачів, найбільш рентабельне використання ресурсів..., все це можливо лише тоді, коли виробники конкурують між собою, тому ринкову економіку можна назвати конкурентною економікою" [32].

Отже, конкуренція – це багатоаспектний процес, головна рушійна сила ринку і економічного розвитку. Виступає як об'єктивний економічний закон розвинутого товарного виробництва, дія якого є для товаровиробників зовнішньою примусовою силою до підвищення продуктивності праці.

2. Конкуренція як боротьба і суперництво.

Конкуренція означає суперництво між відокремленими виробниками продукції, робіт і послуг щодо задоволення інтересів, пов'язаних з продажем продукції, виконанням робіт, наданням послуг одним і тим самим споживачам [12]. Інше трактування визначає її як суспільну форму зіткнення суб'єктів ринкового господарства у процесі реалізації їхніх індивідуальних інтересів [25].

В економічному словнику вона визначена як змагання між виробниками (продавцями) товарів, а в загальному випадку між будь-якими економічними, ринковими суб'єктами; боротьба за ринки збуту товарів з метою одержання більш високих доходів, прибутку, інших переваг [28].

Дослідник О.С. Шнипко розглядає конкуренцію як змагальну взаємодію суб'єктів господарювання, що супроводжується процвітанням одних і занепадом або банкрутством інших [33].

Г.Л.Азоев, Челенков А.П. трактують конкуренцію як суперництво в будь-якій сфері між окремими юридичними чи фізичними особами (конкурентами), зацікавленими в досягненні однієї і тієї ж цілі [1].

На думку А.Ю. Юданова, ринкова конкуренція є боротьбою фірм за обмежений обсяг платоспроможного попиту споживачів, що ведеться ними на доступних сегментах ринку [35].

І.М. Ліфіц вважає, що конкуренція є формою взаємного суперництва суб'єктів ринкової економіки. Засобом конкуренції є товари та послуги, з допомогою яких конкуруючі фірми прагнуть завоювати та отримати гроші споживача [21].

Ю.В. Іванов акцентує увагу на конкуренції як боротьбі за обмежений обсяг платоспроможного попиту споживачів, яка ведеться підприємствами на певних сегментах ринку [17].

Проте, окремі вчені оцінюють конкуренцію за двома вище розглянутими критеріями. Так, на думку М.І. Книша, "Конкуренція, з одного боку, – це економічна змагальність за досягнення кращих результатів у сфері якої-небудь діяльності, боротьба товаровиробників за більш вигідні умови господарювання, одержання найвищого прибутку. З іншого боку, конкуренція – елемент ринкового механізму, що забезпечує взаємодію ринкових суб'єктів у виробництві і збуті продукції, а також у сфері додавання капіталу" [18].

3. Конкуренція як механізм реагування на потреби ринку.

Сучасні ринкові відносини, зазначають А.О. Задоя та В.Є. Момот, характеризуються виникненням нового типу конкуренції [16]. У механізмі конкуренції першості набуває широта охоплення потреб клієнтів, тобто формується асортимент, який розраховано на залучення споживачів з різних майнових верств. У конкуренцію вступають різні за масштабом підприємства, орієнтовані на задоволення одних і тих споживачів. Успіх в новій конкуренції залежить не стільки від ефективності виробничої системи, скільки від швидкості реакції на ринкові тенденції.

А.Ю.Юданов пояснює існування конкуренції неможливістю уніфікації людських потреб [35].

4. Конкуренція як механізм макроекономічної системи

Л.І. Піддубна стверджує, що конкуренція є домінантною властивістю, яка відрізняє ринковий механізм від інших соціальних форм координації економічних агентів. Як організаційна система ринок може функціонувати лише при наявності конкуренції, завдяки якій відтворюються та збалансовуються результати функціонування ринку як системи [24].

Діловий світ переконується в справедливості твердження Д.Пітерсона, виконавчого директора компанії "Форд моторс": "Фірми, які не засвоюють культуру загальної якості, приречені на поразку, вони не витримають конкуренції". Остання стає багатовимірною, загострюючи необхідність першості виведення кращої продукції на ринок, радикальної трансформації підприємств, світогляду усіх працюючих [23].

Конкуренцію Л.Ерхард вважає головним засобом забезпечення добробуту суспільства оскільки вона надає "можливість всім людям користуватися господарським прогресом", особливо в ролі споживачів. Споживач перший виграє від рівноправної конкуренції виробників, що веде до розширення збуту і скорочення витрат, сприяє зниженню цін [23].

Деякі науковці розглядають поняття конкуренції в основному з точки зору зростання об'єму прибутку підприємства, так Бузгалін А.В. вважає, що ринкова конкуренція є системою відносин між економічно самостійними виробниками (продавцями) товарів і послуг. Вона має місце тільки тоді, коли виробники і продавці здатні реагувати на зміну кон'юнктури ринку, на ті чи інші дії своїх конкурентів... Підприємства вступають у конкурентну боротьбу, у кінцевому рахунку, заради отримання прибутку. Тому ринкова конкуренція ефективна тільки тоді, коли товаровиробники і продавці реально зацікавлені у зростанні прибутку [5].

Група українських вчених вважає, що конкуренції в ринковій економіці відведено роль механізму своєрідного «суспільного контролю» щодо ефективності використання суб'єктом господарювання «довірених» йому суспільних ресурсів [19].

Дослідник Довгань Л.Є. переконана в тому, що конкуренція – найефективніший засіб взаємної координації взаємних дій суб'єктів ринку без централізованого втручання в їх діяльність [10].

Л.І. Піддубна стверджує, як організаційна структура, ринок характеризується певною сукупністю відносин, зв'язків та взаємозв'язків елементів, які формують механізм його існування як цілості. Формою прояву цих відносин, зв'язків та взаємозв'язків ринку є конкуренція [24].

За деякими оцінками, близько 75% усіх підприємств в економічно розвинутих країнах конкурують на ринках, де збутова система функціонує в умовах монополістичної конкуренції. Середовище конкуренції заповнене великою кількістю малих і середніх підприємств, жодне з яких не має значної частки в загальному обсягу продаж. Ключова конкурентна особливість такого ринку – відсутність широко відомих лідерів, які можуть суттєво впливати на розвиток умов і тенденцій у галузі [2].

М. Портер розглядає конкуренцію як динамічний процес, безперервно змінюючийся ландшафт, на якому з'являються нові товари, нові виробничі процеси і нові ринкові сегменти. Він розглядає конкуренцію як систему взаємодії п'яти сил, а саме:

- конкуренти в галузі (суперництво існуючих фірм);
- потенційні конкуренти (загроза входу нових фірм у галузь);
- покупці (вплив покупців, наприклад спроби зменшити ціну);
- постачальники (вплив постачальників, наприклад загроза підвищення ціни чи зниження якості їх продукції, сировини);
- замітники (загроза виробництва заміників – товарів чи послуг, яка сприятиме різкому зниженню прибутків у галузі) [26].

У сучасній науці можна зустріти й інші, відмінні від усіх, оригінальні пояснення економічної конкуренції. Конкуренція є дуже тонким і гнучким механізмом регулювання вільного ринку, допомагає фірмам миттєво реагувати на будь-які зміни ринкової кон'юнктури [7].

Р.А. Фатхутдинов вважає, що конкуренція – це процес управління суб'єктом своїми конкурентними перевагами для отримання перемоги чи досягнення інших цілей в боротьбі з конкурентами за задоволення об'єктивних чи суб'єктивних потреб в рамках законодавства або в природних умовах [30].

Отже, конкуренція є найважливішим регулятором ринку. Проте вона діє стихійно і є суперечливою. З одного боку, вона сприяє зростанню виробництва, підвищенню якості продукції і найбільш повному задоволенню потреб споживачів; але, з іншого боку, вона може призвести до порушення стабільності суспільного виробництва.

Висновки з даного дослідження. Таким чином, ознайомлення з наявними у світовій й вітчизняній економічній думці теоретико-методологічними підходами у дослідженні сутності конкуренції дає нам підстави для наступних висновків:

1. Конкуренція є однією з основних категорій економічного закону розвитку суспільства. Виступає однією з найактуальніших тем фундаментальних економічних досліджень сучасності. Конкуренція є ключовою ланкою у функціонуванні усього механізму ринкової економіки. Це об'єктивний механізм взаємодії, взаємозв'язку, взаємопереходу, суперечностей і боротьби учасників ринку за найбільш вигідні умови виробництва і реалізації. Конкуренція в сучасному світі – це важливий економічний стимул виробництва і підвищення якості продукції, пристосування її до потреб споживачів, один з об'єктивних умов функціонування і розвитку підприємництва в новітніх економічних процесах. Внаслідок цього постає гостра необхідність у поглибленні теоретичних досліджень конкуренції як головної ознаки, необхідного та важливого елементу сучасної економіки.

2. Визначення дефініції "конкуренція" є правомірним лише з точки зору широти кола питань, які розглядаються у певній площині наукових результатів. Загально прийнятого визначення конкуренції може бути декілька, кожне з них має власну суть в залежності від часу, об'єкту, дії і цілей поставлених перед ними. Лише відокремлення трактування за окремими ознаками дає цілісну картину уявлень щодо даної економічної категорії.

3. Сутність конкуренції як діалектичної єдності розкривається через критичне сприйняття, тобто поєднуючи найважливіші позитивні сторони поглядів учених та окремі негативні сторони, що дає змогу об'єктивно дослідити процес становлення уявлень щодо даної категорії в її нерозривному гносеологічному зв'язку.

4. Не існує єдиного універсального методу пізнання конкуренції, що обумовлюється не лише складністю даної дефініції в процесі її розвитку, але й

багатоманітністю чинників впливу різноманітних течій економічної науки, що супроводжується як суб'єктивізмом так і об'єктивною реальністю досліджень.

5. Кожна з розглянутих нами концепція, погляди і підходи переслідували мету об'єктивно розкрити внесок кожної з них в загальну теоретико-методологічну базу теорії конкуренції. Наукове забезпечення теорії конкуренції володіє величезною кількістю трактувань суті конкуренції, що дає підстави зосередити увагу на виділенні окремих ознак кожного з них для побудови логічного зв'язку між ними в контексті тлумачення і розкриття найголовніших рис досліджуваного явища. Це дало змогу виділити чотири напрями визначення суті конкуренції.

6. Конкуренцію як категорію можна визначити через призму основних складових форм економічного закону, як сукупність відносин суб'єктів підприємництва з приводу реалізації їх інтересів в результаті виробничо-господарської і комерційної діяльності в основі якої покладено об'єктивні закономірності та основні принципи функціонування сучасних економічних систем, що базуються на удосконаленні якості, прискоренні науково-технічного прогресу від традиційного до інноваційного, боротьбі та адаптації до вимог ринку і домінуванні поряд з суперниками для досягнення стратегії розвитку.

Література

1. Азоев Г.Л. Конкурентные преимущества фирмы: монографія / Г.Л. Азоев, А.П. Челенков. – М.: ОАО «Типография «Новости», 2000. – 256 с.
2. Азоев Г.Л. Конкуренция: Анализ, стратегия и практика / Г.Л. Азоев. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. – 208 с.
3. Андрианов В. Конкурентоспособность России в мировой экономике // Мировая экономика и международные отношения / В. Андрианов. – 2000. – №3. – С. 47-57.
4. Борисов А.Б. Большой экономический словарь / А.Б. Борисов. – М.: Книжный мир, 2003. – 895 с.
5. Бузгалин А.В. Экономика переходного периода: Учеб. пособие / А.В.Бузгалин. – М.: Изд-во МГУ, 1995. – 410 с.
6. Внешнеэкономический толковый словарь / Под ред. М.П. Фоминского. – М.: Инфра-М, 2000. – 512 с.
7. Горькова Т. Стратегия конкурентной борьбы в предпринимательстве / Т. Горькова, Г. Шаповалов // Экономист. – 1999. - №6. – С.66-73.
8. Гош А. Рынок как средство возрождения переходной экономики Украины / А. Гош // Экономика Украины. – 2005. – №9. – С. 75-82.
9. Джевонс У.С. Краткое сообщение об общей математической теории политической экономии / У.С. Джевонс // Теория потребительского поведения и спроса. – СПб., 1993.
10. Довгань Л.Є. Конкурентоспроможність підприємств / Л.Є.Довгань. – К.: ІВЦ "Видавництво «Політехніка», 2004. – 144 с.
11. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т.1. / Редкол.: ...С.В.Мочерний (відп. ред.) та ін. – К.: Видавничий центр "Академія", 2000 – 864с.
12. Економічна теорія: Політекономія: Підручник / За ред. В.Д. Базилевича. – К.: Знання-Прес, 2001. – 581с.
13. Завадський Й.С. Словник економічних термінів: менеджмент, маркетинг, підприємництво: Навч.-метод. посіб. / Й.С. Завадський, Г.В. Осовська, О.О. Юшкевич – Житомир: ЖІТІ, 1999. – 444 с.
14. Завьялов П.С. Конкуренция – неотъемлемое свойство развитого рынка / П.С. Завьялов // Маркетинг. – 1997. – №5. – С. 3-14.
15. Загородній А.Г. Словник банківських термінів. Банківська справа: Термінологічний словник / А.Г. Загородній, О.М. Сліпушко, Г.Л. Вознюк, Т.С. Смовженко. – К.: Аконті, 2000. – 605 с.
16. Задоя А.О. Формування системи нових ринкових відносин / А.О. Задоя, В.Є. Момот // Економіка України. –2004. – №5. – С. 44-50.

17. Іванов Ю.В. Конкуренція як чинник розвитку ринку товарів та послуг / Ю.В. Іванов // *Регіональні перспективи*. – 2003. – №9-10(34-35). – С. 98-99.
18. Кныш М.И. Конкурентные стратеги / М.И. Кныш. – Санкт-Петербург: СПб, 2000. – 284 с.
19. Конкурентоспроможність економіки України в умовах глобалізації / Я. А. Жаліло, Я. Б. Базиліук, Я. В. Белінська та ін.; За ред. Я. А. Жаліло. – К: НІСД, 2005. – 388 с.
20. Конкурентоспроможність національної економіки / За ред. д-ра екон.наук Б.Є.Кваснюка. – К: Фенікс, 2005. – 582 с.
21. Лифиц И.М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг / И.М. Лифиц. – М.: Юрайт-М. – 2001. – 224 с.
22. Макконел К.Р., Брю С.Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика: Пер. с англ. Е.С. Иванова – К.: ХаГар, 1998. – 785 с.
23. Михайлов О.В. Основы мировой конкурентоспособности / О.В. Михайлов – М.: Издательство «Познавательная книга плюс», 1999. – 592 с.
24. Піддубна Л.І. Конкурентоспроможність економічних систем: теорія, механізм регулювання та управління: Монографія / Л.І. Піддубна. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2007. – 368 с.
25. Политическая экономия: Словарь / Сост. О.И.Ожерельев и др. – М.: Политиздат, 1990. – 607с.
26. Портер М.Е. Стратегія конкуренції / Пер. з англ. А.Олійник, Р.Скільський / М.Е. Портер. – К.: Основи, 1998. – 390 с.
27. Портер М. Конкуренция: Пер. с англ. / М. Портер – М.: Издательский дом «Вильямс», 2005. – 608 с.
28. Райзберг Б.А. Современный экономический словарь / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева. – М.:ИНФРА-М, 1996 – 496 с.
29. Тарнавська Н.П. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теорія, методологія, практика / Н.П. Тарнавська. – Тернопіль: Економічна думка, 2008. – 570 с.
30. Фатхудинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р.А. Фатхудинов. – М.: ИНФРА-М. – 2000. – 312 с.
31. Хайек Ф.А. Конкуренция как процедура открытия // *Международная экономика и международные отношения* / Ф.А. Хайек. – 1989. – №12. – С. 71-85.
32. Шмидт К.Д. Трансформация и конкуренция: пример бывшей ГДР / К.Д. Шмидт // *Politekonom*. – 1997. – №3-4. – С. 100-106.
33. Шнипко О.С. Конкуренція як специфічна форма конфлікту і співіснування суб'єктів ринку / О.С. Шнипко // *Економіка і прогнозування*. – 2005. – №1. – С. 33-44.
34. Юданов А.Ю. Теория конкуренции: прикладные аспекты // *Международная экономика и международные отношения* / А.Ю. Юданов. – 1997. - №6. – С.41-53.
35. Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика: Учебно-практическое пособие / А.Ю. Юданов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: ТанDEM: Гном-Пресс, 1998. – 384 с.