

этноискусствоведческого анализа традиционной обрядово-праздничной культуры, мы склонны признать народный праздник специфическим синтезом. народных искусств. Подобный синтез является характерной особенностью для всех народных праздников любой этнической группы на современном этапе, как явление типологического родства в структуре традиционного праздника, истоки которого уводят в первобытный религиозный синкретизм. Подтверждением данного вывода служат результаты экспериментальной деятельности автора по реконструкции и ретрансляции традиционных праздников и обрядов на базе Республиканского общества крымских болгар им.П.Хилендарского, Симферопольского общества крымских караимов «Карайлар», а также на базе Вузов со специфической национальной направленностью: в КИПУ - праздники крымских татар, в Крымском филиале Полтавского педагогического университета - обряды украинского этноса, а на базе РЦДЮТ- русские народные праздники.

Источники и литература

1. Грица С.Й. Час і простір у фольклорі, його стратифікація у зв'язку з етнографічним регіонуванням України // Українська художня культура: Навчальний посібник. – К.: Либідь, 1996. – С.148–170.
2. Грица С.Й. Становлення і розвиток наукової думки про народну творчість // Українська художня культура: Навчальний посібник. – К.: Либідь, 1996. – С.32–53.
3. Тэйлор Э.Б. Первобытная культура – М.: Соцэргиз, 1939. – 566 с.
4. Берестовская Д.С. Основы культурологии.- Симферополь:КПТУ,1999.-89с.
5. Юдкин И.М. Загальні та специфічні методи етномистецтвознавчого аналізу культури//Українська художня культура: навчальний посібник.-К.:Либідь,1996. –С.93-99.
6. Ляшенко І.Ф. Етномистецтвознавчий напрям у вивченні художнього досвіду націй // Українська художня культура: Навчальний посібник. – К.: Либідь, 1996. – С.53–76.
7. Кармин А.С. Основы культурологии (морфология культуры). – СПб.: Лань, 1997. – 512 с.
8. Чуприн А. Крымские татары. – Симферополь: Таврия, 1993. – 178
9. Сахаров И.П. Народный дневник // Сказания русского народа. – М.: Дружба народов, 1991. – 397 с.
10. Зись А. Виды искусства.- М.: Знание, 1979.- С.115-127.

Поступила в редакцию 07.07.2005 г.

УДК 681.3.07

Швец И.Ю.

АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КЛАСТЕРА НА СОЗДАНИЕ КОНКУРЕНТНОГО ПРЕИМУЩЕСТВА

В статье проведен анализ влияния деятельности кластерных систем на формирования конкурентного преимущества.

Ключевые слова: кластер, конкурентоспособность, конкурентные преимущества.

У статті проведений аналіз впливу діяльності кластерних систем на формування конкурентної переваги.

Ключові слова: кластер, конкурентноздатність, конкурентні переваги.

В связи с переходом к рыночным отношениям неизменным встает вопрос конкурентной устойчивости предприятий и повышения их производительности. Решение этих вопросов можно найти в формировании кластерной системы. В теоретических и практических работах, посвященных развитию конкуренции и об уровне стратегии предприятия преобладают исследования, посвященные изучению процессов происходящих в внутри предприятия. Как в самой конкуренции, так и конкурентоспособности роль местоположения почти не учитывается. Существует тенденция преуменьшать роль местоположения в этих вопросах [1-3]. Ряд исследователей объясняли концентрацию предприятий в свете экономики агломераций. Таковые обычно рассматривались либо как возникающие на уровне отрасли, либо в диверсифицированной экономике города. Многие трактовки экономики агломераций усиливают акцент на минимизации издержек из-за сходства факторов производства или сходства рынков. Такие толкования, однако, обесцениваются глобализацией рынков, технологий и источников снабжения, а также повышенной мобильностью и снижением транспортных и коммуникационных расходов. В настоящее время характер экономики агломераций сильно изменился: она становится все более важной на уровне кластеров, а не только внутри узко определенных отраслей.

Глобализация дает предприятием возможность получать капитал, товары и технологии, из разных регионов и размещать производство там, где это оказывается более эффективным в плане затрат. Правительства воспринимаются как теряющие свое влияние на конкуренцию по сравнению с силами, действующими в мировых масштабах. Такое видение, хотя оно и распространено достаточно широко, не соответствует реальной ситуации в процессах конкуренции.

При изучении вопроса о влиянии местоположения на конкурентную борьбу сравнительно мало внимания уделялось тому, как предприятия ведут эту борьбу. Конкурентная борьба представлялась в

основном статической, базирующейся на минимизации издержек в сравнительно близких отраслях [4, 5]. В этом случае решающим является сравнительное преимущество в факторах производства, экономии, обусловленное ростом масштабов производства.

Целью данной статьи является анализ влияния деятельности кластера на создание конкурентного преимущества.

Кластеры влияют на конкурентную борьбу тремя способами: во-первых, посредством повышения производительности входящих в них предприятий и отраслей; во-вторых, посредством повышения способности к инновациям и к повышению производительности; в-третьих, посредством стимулирования новых бизнесов, поддерживающих инновации и расширяющих границы кластера. Многие преимущества кластера базируются на внешней экономике или перетекании преимуществ через разные предприятия и отрасли. Кластер можно определить как систему взаимосвязанных предприятий и организаций, значимость которых как целого превышает простую сумму составных частей.

Конкурентные преимущества кластеров не будут одинаково весомыми во всех областях, несмотря на то, что кластеры охватывают экономику достаточно широко. Обычно чем сильнее преимущества кластеров и чем более ходовыми оказываются их продукты и услуги, тем меньше имеется количество жизнеспособных местоположений для кластера. Важность кластеров возрастает с усложнением конкуренции, количество кластеров проявляет тенденцию к росту с развитием экономики.

Каждое из трех влияний кластеров на конкуренцию зависит в некоторой степени от межличностных взаимоотношений, личных контактов, а также взаимодействия между сетями частных предпринимателей и организаций. Несмотря на то, что существование кластера облегчает развитие таких взаимоотношений и повышает их эффективность, этот процесс далеко не является автоматическим. Формальные и неформальные организационные механизмы и нормы культуры часто имеют большое значение в развитии и функционировании кластеров; это станет более очевидным из дальнейшего рассмотрения.

Определение местоположения внутри кластера может обеспечить привилегированный или более дешевый доступ к таким специализированным факторам производства, как компоненты, оборудование, бизнес-услуги, персонал, по сравнению с вариантами отдаленных локализаций – объединением по вертикали, формальными альянсами с внешними структурами или с "импортом" факторов производства. Кластер представляет собой пространственную организационную форму, которая по своей внутренней сущности может быть более эффективной в отношении компоновки факторов производства — в случае доступности конкурентоспособных местных поставщиков. Получение ресурсов извне кластера может оказаться необходимым при недоступности конкурентоспособных локальных поставщиков, но такую ситуацию нельзя считать идеальным порядком.

Получение факторов производства от участников кластера (местные ресурсы) может приводить к более низкой стоимости сделок, чем в случае использования удаленных источников (дистанционные ресурсы). Доступность местных ресурсов минимизирует необходимость в материально-производственных запасах и избавляет от необходимости затрат на импорт, а также связанных с этим задержках. Это сдерживает тенденции к необоснованному повышению цен поставщиками или к невыполнению своих обязательств из-за прозрачности и непрерывного характера взаимодействий, поскольку из-за плохой исполнительности это будет иметь неблагоприятный эффект на их репутацию в глазах других участников кластера. Снабжение ресурсами внутри кластера облегчает коммуникацию, снижает издержки на адаптацию и способствует общему обеспечению вспомогательного или поддерживающего обслуживания, такого как установка, наладка, обучение пользователей, устранение неполадок и своевременный ремонт. При равенстве других параметров доступ к местным ресурсам всегда превалирует над обеспечением доступа к дистанционно удаленным ресурсам, особенно в случае прогрессивных или специализированных факторов производства, включающих в качестве неотъемлемой части технологию, информацию или обслуживание.

Формальные альянсы с удаленными поставщиками могут смягчать действие некоторых недостатков, связанных с доступом к удаленным ресурсам. Однако образование формальных альянсов с удаленными или близлежащими предприятиями создает комплекс проблем при заключении торговых сделок и управлении и может оказать отрицательное воздействие на гибкость предприятия. Решение может состоять в установлении тесных, неформальных отношений, возможных между предприятиями в локальном кластере.

Доступ к требуемым ресурсам внутри кластера может также быть более действенным или эффективным, чем объединение по вертикали. Приглашение специалистов извне часто требует меньших затрат и обеспечивает более ответственное отношение к работе, чем содержание соответствующих собственных подразделений не только для производства компонентов, но и в таких областях, как повышение квалификации персонала. Вертикальная интеграция требует внимания со стороны менеджеров, которое может быть использовано более эффективно в чем-нибудь другом. В противоположность этому получение факторов производства от расположенных поблизости поставщиков, с которыми у предприятия установились тесные и определенные отношения, дает

преимущества как в отношении издержек, так и в отношении качества. Близость поставщиков позволяет устанавливать псевдовертикальную интеграцию, сохраняя при этом сильные стимулы.

Расширение диапазона факторов производства, доступных через специализированных поставщиков в определенном месте, в течение долгого времени считалось одним из преимуществ агломераций. Это утверждение по-прежнему остается в силе, хотя глобализация рынков и нарушает его исходный смысл. Разделение труда больше не ограничивается протяженностью рынка, поскольку рынок является международным. Для поставщиков редко возникает необходимость полагаться при совершении большинства своих сделок только на местный рынок.

В современной экономике большая специализация поставщиков в пределах кластера возникает в результате лучшего распознавания возможностей рынка и снижения риска в связи с существованием множества местных потребителей. Более того, развитые кластеры включают в себя не только одну отрасль, а несколько родственных отраслей. Такие отрасли часто работают на очень сходных между собой факторах производства, что сильно расширяет возможности поставщиков. По этой причине, а также в связи с важностью образования внешних связей и обмена между кластерами широта и глубина кластера часто оказывается для достижения конкурентных преимуществ более важной, чем размеры отдельных предприятий или отраслей, входящих в него.

Кластеры обеспечивают также преимущества при получении факторов производства из удаленных источников. Присутствие кластера может снижать затраты на импорт факторов производства из удаленных источников, поскольку поставщики будут устанавливать свою цену более энергично, а предприятия могут использовать более эффективные средства доставки. Поставщикам может быть выгодно также вкладывать большие инвестиции для того, чтобы сделать свою продукцию или услуги более доступными.

Кластеры предлагают сходные, хотя и не идентичные, преимущества в снабжении работодателей специализированной, обладающей высокой квалификацией рабочей силой. Кластер приводит к появлению массива таких работников. Это снижает затраты на поиск и ведение переговоров для найма работников, а также повышает эффективность занятия рабочих мест соответствующими им специалистами. Кроме того, поскольку кластер сигнализирует о существующих возможностях и снижает для работников риск перемещения рабочего места, кластеры могут сократить издержки поиска специализированной рабочей силы из других мест.

Против преимуществ кластера в пригонке факторов производства и рабочей силы выступает вероятность того, что такая концентрация будет недостаточно возмещать эти ресурсы и будет увеличивать издержки. Кластер не только повышает спрос на специализированные факторы производства, но и увеличивает их общее количество. Там, где существует кластер, возможность получения квалифицированного персонала, услуг и необходимых компонентов, а также число создающие их структур, обычно значительно превышает возможности, существующие в других местах, — это явное преимущество, несмотря на высокую конкуренцию.

Отсутствие конкурентоспособных местных поставщиков работает против создаваемых кластером преимуществ. В том случае, если конкурентоспособные поставщики или другие организации находятся в другом месте, может возникнуть необходимость в получении удаленных ресурсов или создании формальных альянсов. Однако внутренне присущие кластерам преимущества оказывают сильное стимулирующее воздействие на местных поставщиков, стремящихся в результате стать более совершенными и сильными, а входящие в кластер предприятия стремятся при этом поощрять появление новых поставщиков или вложение инвестиций на месте удаленными поставщиками.

Доступ к информации. Внутри кластера, в предприятиях и местных организациях, накапливаются широкие знания по маркетингу, технологиям, а также другие специализированные виды информации. Доступ к этой информации может быть лучше организован и требовать меньших затрат для предприятий внутри кластера, позволяя им работать за счет этого более продуктивно и выходить на передовой уровень производительности. Подобное воздействие оказывает также и поток информации между подразделениями одной предприятия. Близость друг к другу, связи по поставкам и технологиям, а также наличие постоянных личных контактов и общественных связей облегчают движение потоков информации внутри кластеров. Важным частным случаем создаваемых кластером информационных преимуществ оказывается доступность информации о текущих потребностях покупателей. Требовательные заказчики нередко входят в кластер в качестве его составной части, а другие члены кластера часто получают и распространяют информацию об их нуждах.

Взаимодополняемость. Кластер способствует повышению производительности не только путем приобретения и пригонки факторов производства, но и тем, что он обеспечивает развитие взаимодополняемости между видами деятельности участников кластера. Самая очевидная форма взаимодополняемости имеется между продуктами. В туристическом бизнесе качество получаемых посетителем впечатлений зависит не только от подачи первичных предлагаемых их вниманию объектов (например, пляжей или исторических достопримечательностей), но также и от уровня комфорта и

сервиса в гостиницах данного региона, обслуживания в ресторанах, доступности и качества сувениров, от состояния аэропортов и транспортной инфраструктуры и т.п. Из этого примера видно, что составные части кластера часто оказываются сильно зависящими друг от друга. Плохая работа одной части кластера может препятствовать успеху других.

Такая взаимодополняемость по продуктам, направленная на создание покупательского спроса, широко распространена; мы находим ее не только в области предоставления услуг, но и в дизайне продукции, в материальном обеспечении и послепродажном обслуживании. Координация усилий, а также общее стремление к совершенствованию, существующее во всех частях кластера, которые становятся возможными благодаря близкому расположению, могут существенно повысить общее качество и эффективность работы. Близкое расположение облегчает установление технических связей и осуществление постоянного координирования работы. Что же касается доступа к факторам производства, то доступ к ним в пределах кластера, а также другие существующие за счет взаимодополняемости возможности, обеспечивают преимущества по сравнению со вступлением в формальные альянсы.

Еще одна форма взаимодополняемости внутри кластера связана с маркетингом. Присутствие группы связанных между собой предприятий и отраслей в некоторой местности обеспечивает эффективность совместного маркетинга. Это может также повышать репутацию данного региона в определенной области, повышая вероятность того, что заказчики будут отдавать предпочтение расположенному там производителю или торговцу.

Присутствие кластера может также повышать эффективность закупок. Посещающие регион покупатели имеют возможность увидеть в одной поездке множество предприятий. Наличие в регионе многих источников товара или услуги также снижает существующий при закупках риск, предлагая покупателям множество источников или возможность переключиться на другого продавца в случае необходимости. Гонконг процветает как источник модных украшений отчасти и по этой причине.

Другие примеры взаимодополняемости внутри кластеров касаются лучшего упорядочения видов деятельности среди участников кластера.

Кластеры создают много факторов производства, которые в противном случае были бы слишком дорогостоящими в сфере общественных или псевдообщественных товаров/услуг. Например, возможность нанимать работников, подготовленных в ходе местных программ, устраняет и сокращает издержки внутреннего обучения. Предприятия часто могут получать доступ к таким выгодам, как специализированная инфраструктура или советы экспертов в местных институтах при очень низких издержках. Действительно, информация, создаваемая внутри кластера, сама по себе может представлять своего рода общественное благо.

Содержащиеся в кластерах общественные блага лучше называть псевдообщественными, поскольку доступ к ним требует определенных затрат, хоть и заметно меньше полных затрат. Анализ общественных благ в экономике ограничивался простыми случаями, искусно суженными преимущественно правительственными функциями. Кластеры создают значительно больше обстоятельств, в которых возникает нечто подобное общественному благу, а также дают нам много примеров, в которых созданию таких ресурсов способствуют частные организации и инвестиции.

Некоторые общественные или псевдообщественные блага, доступные в кластерах, подобны обычным общественным благам в том смысле, что они тесно связаны с правительством и общественными организациями. Государственные инвестиции в специализированную инфраструктуру, в образовательные программы, информацию, торговые выставки, а также другие формы деятельности, работающие на пользу кластера, стимулируются количеством и авторитетом участников и количеством предприятий, желающих получить опыт дополнительных выгод от таких инвестиций. Другие доступные участникам кластера псевдообщественные блага возникают как естественные побочные продукты конкурентной борьбы. Сюда входят информационный и технологический пулы, репутация региона, в котором находится кластер, а также некоторые из описанных выше преимуществ в маркетинге и получении ресурсов.

Кроме того, общественные или псевдообщественные блага в месте расположения кластера часто возникают в результате частных капиталовложений в программы обучения, инфраструктуру, центры качества и т.п. В то время как общественные блага ассоциируются с общественными организациями, они могут возникать также и в частных или частично находящихся в частной собственности организациях, созданных в местах расположения кластеров. Такие частные капиталовложения оказываются долевыми, поскольку участники кластера осознают потенциал коллективных выгод. Часто такие инвестиции делаются через торговые ассоциации или с использованием других коллективных механизмов.

Стимулы и измерение производительности. Кластеры позволяют решить или смягчить негативное действие организационных проблем, возникающих в более изолированных географических регионах и в предприятиях с большей интеграцией по вертикали. Кластеры повышают ценность стимулов внутри предприятий для достижения более высокой производительности по нескольким причинам. Прежде всего — из-за конкурентного давления. Соперничество с местными конкурентами оказывает особенно сильное

стимулирующее воздействие из-за легкости постоянного сравнения результатов, а также из-за того, что местные соперники имеют сходные общие условия, в связи, с чем конкурентная борьба должна вестись в других направлениях.

Кроме того, давление со стороны равных соперников усиливает конкурентное давление внутри кластера, даже в случае не прямой конкуренции или предприятий, между собой не конкурирующих.

Кластеры также помогают измерять производительность, поскольку часто сходные функции выполняют другие локальные предприятия. Менеджеры получают более широкие возможности для сравнения издержек на своем предприятии со сделками, а также снижать затраты на рабочую силу благодаря возможности сравнения эффективности труда своих работников с эффективностью труда в других предприятиях. Накопление генерируемых в кластере знаний в финансовых институтах может, обеспечивать принятие решений о займах и других финансовых решений на основе лучшей информированности, а также совершенствовать работу с заказчиками. Как уже отмечалось выше, кластеры ограничивают также возможности вредных действий, при которых, один участник получает преимущества за счет другого или производит низкопробные товары или услуги. В связи с постоянным взаимодействием, легкостью распространения информации, формированием имиджа и желанием занять достойное положение в местном обществе участники кластера обычно стремятся к конструктивному взаимодействию, способному оказывать положительное воздействие на их долгосрочные интересы.

В формирование многих из этих преимуществ в производительности кластеров вовлекаются характерные для данной местности общественные блага или выгоды, связанные с близостью в расположении предприятий, личными контактами, тесными и постоянными связями, а также с возможностью доступа к информации "изнутри". Таким образом, получить доступ к преимуществам, связанным с участием в деятельности кластера, сложно, а иногда и невозможно, если только предприятия не участвует в этой деятельности достаточно активно, обнаруживая заметное присутствие в данном регионе. Кластеры могут включать иностранные предприятия, и они их включают, но только в случае, если такие предприятия прилагают постоянные усилия к обеспечению своего присутствия.

Многие преимущества объединения в кластеры относятся также к подразделениям в пределах одного предприятия. Объединение усилий, направленных на исследование и развитие, изготовление компонентов, сборку, маркетинг, поддержку заказчиков, а также другая деятельность могут облегчать внутренние потоки ресурсов и информации, равно как взаимную дополняемость и другие преимущества. Иногда предприятия рассредоточивают свои подразделения с целью уменьшения затрат на оплату рабочей силы, водо- тепло- и энергоснабжение или для снижения налогов, непреднамеренно жертвуя при этом мощной системой обеспечения финансовых выгод в кластере и предоставляемыми им преимуществами в динамизме и обновлении.

Одно только присутствие в некотором месте предприятий, поставщиков и институтов создает потенциал для экономических выгод, но еще не гарантирует реализацию этого потенциала. Общество объединяет кластеры и вносит свой вклад в процесс создания ценности. Многие конкурентные преимущества кластеров нуждаются в свободном потоке информации, развитии обменов и совершении сделок, ведущих к созданию добавленной стоимости, готовности объединить программы и работу в различных организациях, а также в наличии сильной мотивации для улучшений. Реализацию этих условий поддерживают взаимосвязи, существующие структуры и понимание общего интереса. При этом особое значение приобретает социальная структура кластера.

Все большее число работ по вопросам экономики и организации рассматривает важность сети взаимоотношений, которую мы находим в эффективно функционирующих предприятиях и сообществах. Экономическая деятельность оказывается "встроенной" в существующие социальные отношения. Многие исследования стараются представить эти сети, выявить и понять возможные узловые точки, а также проверить важность постоянных взаимодействий и время, необходимое для того, чтобы такая сеть стала эффективной. Исследования структуры сетей показали, что социальные взаимоотношения между индивидуумами, или их "общественный капитал", облегчают доступ к важным ресурсам и информации.

Теория кластеров фокусирует свое внимание на том, как влияет на конкурентоспособность близкое расположение связанных в экономическом отношении предприятий и организаций в конкретной географической области. В то время как некоторые обеспечиваемые кластером преимущества в значительной степени не зависят от общественных отношений, но в тоже время большинство имеют компонент общественных отношений. Ощущение принадлежности к сообществу, исходящее из членства в кластере, а также чувство "гражданского долга" за пределами своих узких интересов переводят предприятия, согласно теории кластеров, из разряда отдельного субъекта непосредственно в категорию экономических ценностей. Теория кластеров еще более расширяет понятие общественного капитала посредством исследования механизмов, через которые структура сети взаимоотношений внутри данной географической области порождает выгоды для конкретных предприятий. Выгоды от существования доверия и организационной проницаемости, развивающиеся вследствие постоянного взаимодействия и осознания взаимозависимости в пределах региона или города, явно способствуют взаимодействию в

кластерах, приводящему к повышению производительности, распространению инноваций, и, в конечном итоге — созданию новых видов бизнеса.

Теория кластеров связывает теорию сети взаимоотношений и конкуренцию. Кластер — это форма сети, наблюдающейся в пределах географического региона, в которой близкое расположение предприятий и организаций обеспечивает наличие определенных форм общности и повышает частоту и силу взаимодействия. Хорошо функционирующие кластеры выходят за пределы иерархических сетей и превращаются в решетки многочисленных перекрывающихся и подвижных взаимосвязей между индивидуумами, предприятиями и организациями. Эти взаимосвязи существуют на постоянной основе, постепенно смещаются, а часто расширяются и на родственные отрасли. Наблюдаются как "сильные связи", так и "слабые связи". Скромные изменения в структуре взаимосвязей внутри кластера могут иметь весомые последствия для производительности и направления инноваций.

Теория сети может сильно помочь в понимании того, как работают кластеры, и того, как кластеры могут становиться более производительными. Как будет показано далее, успешное совершенствование кластера зависит от внимания, уделяемого построению взаимоотношений, что является важной характеристикой инициатив, направленных на развитие кластера. Торговые ассоциации играют важную роль в содействии формированию сетей.

Развитие теории кластеров, со своей стороны, предусматривает возможность установления более тесной связи между теорией сетей, общественным капиталом, а также общественной активностью с конкуренцией и экономическим процветанием — и расширить эти понятия. Теория кластеров выявляет, кому необходимо быть в сети, для каких взаимоотношений и почему. Кластеры предлагают новый путь исследования механизмов, посредством которых сети, общественный капитал и общественная активность влияют на конкурентную борьбу и рынок. Она же помогает выявить наиболее целесообразные формы сетей. Взаимоотношения и доверие, возникающие в картелях подрывают экономическую выгоду, в то время как они же, содействуя открытому обмену информацией между заказчиками и поставщиками, ее увеличивают. Функционирование кластеров предполагает также эффективность и гибкость, возможную в сетях, построенных на принципе близкого расположения и неофициальных локальных связей, по сравнению с теми сетями, в которых присутствуют формальные или иерархические взаимоотношения между предприятиями или между институтами и предприятиями. Теория кластеров способна также показать, как формируется сеть взаимоотношений и как получается общественный капитал, помогая разложить на составные части вопросы причины и следствия. Развитие теории кластеров помогает прояснить истоки сетевой структуры, сущность деятельности в такой сети, а также связи между характеристиками сети и результатами ее функционирования.

Источники и литература

1. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. — М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. — 85 с.
2. Бондаренко С. Про механізм формування конкурентоспроможної продукції промислового підприємства // Економіст. — 2001. — №9. — С.58-59.
3. Иванова О.А. Критерии экономичности и конкурентоспособности средств производства // Вчені записки Харківського гуманітарного університету, 1992. — С.64-69.
4. Иванов Н. Конкурентоспособность предприятия: системный подход. // Экономика Украины. — № 4. — 2000.
5. Моисеева Н.К., Анискин Ю.П. Современное предприятие: конкурентоспособность, маркетинг, обновление. — М: Внешторгиздат, 1993.

Поступила в редакцию 20.07.2005 г.