

В.С. МАРЦИН, *д.е.н., академік АН ВШ України, зав. кафедрою фінансів
Львівський інститут банківської справи Університету банківської справи
Національного банку України*

КОНКУРЕНТНЕ СЕРЕДОВИЩЕ, ШЛЯХИ ЙОГО РЕФОРМУВАННЯ ТА МЕХАНІЗМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Для успішного конкурування як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках, необхідно мати детальну і достовірну інформацію про існуюче конкурентне середовище. Саме конкурентне середовище проявляється через сукупність окремих складових і перш за все - конкурентоспроможність. Як економічну категорію, конкурентоспроможність слід розглядати на рівні конкурентоспроможності продукції, тобто самого товару чи послуг, конкурентоспроможності підприємства, галузі та конкурентоспроможності економіки держави. Між усіма цими рівнями існує достатньо тісний як внутрішній, так і зовнішній зв'язок.

В широкому розумінні сама конкурентоспроможність – це обумовлена конкретними економічними, соціальними та політичними факторами відповідна позиція держави в цілому, конкретного товаровиробника зокрема, як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку. Саме сукупність таких дій, відносно впливу окремих факторів, формує як внутрішнє, так і зовнішнє конкурентне середовище. В умовах відкритої економіки така дія може проявлятися у спроможності держави чи галузі або окремого підприємства протистояти міжнародній конкуренції на власному ринку чи на ринках інших держав.

Конкурентоспроможність – поняття різнопланове і має в значній мірі універсальний характер як для оцінки різних суб'єктів, так і об'єктів господарювання зокрема. Аналіз наукових публікацій, що присвячені проблемі конкурентного середовища, конкурентоспроможності підтверджує, що для кожного окремого рівня існує своє середовище і своя конкурентоспроможність.

Першим і визначальним рівнем конкурентного середовища є конкурентоспро-

можність продукції (товарів чи послуг). Однак існує думка, що конкурентоспроможність товару є похідною від конкурентоспроможності підприємства, галузі чи держави в цілому [12, с.46]. Така думка замикається на загальній сегментації ринку в межах стабільного конкурентного середовища. Вона підтверджується тим, що кожний товар, який представлено на ринок, фактично проходить перевірку на ступінь потреб, а тому конкурентоспроможність конкретного товару, тобто його можливість бути реалізованим на даному ринку може бути визначена тільки порівнюючи товари конкурентів між собою.

З позицій галузевого рівня конкурентоспроможності товарів, а саме як сукупності якісних, кількісних та вартісних характеристик, що забезпечують задоволення конкретних потреб споживачів, конкурентоспроможність товару – це, по суті, водночас реальна і потенційна здатність галузі проектувати, виготовляти та реалізовувати свою продукцію в тому середовищі, в якому їй приходится функціонувати з врахуванням цінових та інших характеристик в комплексі, порівнюючи їх з товарами конкурентів. В такому порівнянні важливо визначити відмінні особливості свого товару порівняно з товарами конкурента у двох напрямках: за рівнем відповідності конкретній суспільній потребі і за затратами на її задоволення.

Важливим при аналізі конкурентного середовища є виділення цінової та споживчої конкурентоспроможності продукції. В першому випадку співставляються суми виробничих (реалізаційних) затрат з мінімальними прибутками товаровиробників даної продукції відносно середніх цін на аналогічну продукцію, яка склалася на конкретному ринку реалізації. В другому –

© В.С. Марцин, 2008

до уваги приймається набір якісних технічних, економічних характеристик продукції, що виготовляється, їх відповідність вимогам споживачів на відповідному ринку збуту. Різновидністю споживчої конкурентоспроможності продукції є маркетингова (збутова) конкурентоспроможність. В даному випадку мова йде про методи і способи просування продукції на ринках збуту.

Другою складовою конкурентного середовища є конкурентоспроможність підприємства. Трактуювання поняття конкурентоспроможності підприємства також різнопланова. Під конкурентоспроможністю підприємства (фірми) в умовах ринку розуміють реальну і потенційну здатність проектувати, виготовляти та реалізовувати продукцію, яка за своїми ціновими та іншими параметрами більш приваблива, ніж продукція конкурентів [8, с.112]. По суті, конкурентоспроможність - це відносна характеристика, яка відображає відмінності процесу розвитку конкретного виробника від його конкурента як за рівнем задоволення своїми товарами чи послугами конкретної суспільно необхідної потреби, так і за ефективністю виробничої діяльності. Конкуренція тут розглядається як конкуренція виробничника. Вона характеризує сукупність елементів діяльності, завдяки яким продукція має ринки збуту та задовольняє потреби відповідних груп споживачів. Як правило, конкурентоспроможними є підприємства, які довгий час залишаються прибутковими в умовах відкритої економіки. Таким чином, це, по суті, здатність відстоювати свої переваги на ринку завдяки наявності ефективної стратегії чи спроможності діяти протягом тривалого періоду на ринку і отримувати прибуток, який є достатнім для науково-технічного вдосконалення виробництва, підтримки продукції на високому якісному рівні.

Для оцінки конкурентоспроможності галузі часто використовують показники експорту продукції; частку імпорту в загальній кількості спожитої продукції; частку окремого виду продукції у світовому виробництві даного виду і ресурсний потенціал; чистий дохід на одного працівника га-

лузі.

Мета статті – розгляд конкурентного середовища як елементу ринкового механізму, як складової ринкової економіки, визначення механізмів забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

В кожній галузі економіки, незважаючи на те, чи вона в більшій мірі працює на внутрішній чи зовнішній ринку, суть конкуренції єдина. Вона зводиться до загрози появи нових конкурентів; до загрози появи нових товарів чи послуг, включаючи замітники; до спроможності постачальника торгуватися; до можливості покупця торгуватися; до суперництва існуючих конкурентів між собою. Це як раз і майже всі грані (складові) конкурентного середовища. Від цих складових, їх співвідношення залежить прибуток галузі, оскільки вони впливають на ціни, які можуть диктувати підприємства; залежать розходи, які приходиться нести, включаючи капіталовкладення, які необхідні для того, щоб конкурувати в даній галузі.

Оцінюючи стан конкурентного середовища галузі, важливим є встановлення загрози та реальної появи нових конкурентів, оскільки це буде в майбутньому знижувати загальний потенціал прибутковості галузі. Такий стан вимагатиме нових виробничих потужностей, розширення ринків збуту, а це буде тимчасово знижувати рівень рентабельності. Загострення конкуренції в галузі завжди знижує прибутковість. Робиться це для того, щоб зберегти конкурентоспроможність.

Показник конкурентоспроможності держави є синтезуючим показником, він поєднує конкурентоспроможність товару, товаровиробника, тобто підприємства, а також і галузі. Можливість підприємства конкурувати на конкретному товарному ринку безпосередньо залежить від конкурентоспроможності продукції і сукупності економічних методів діяльності підприємства відносно конкурентного середовища.

Системний підхід до управління конкурентоспроможністю підприємства характеризується через розкриття його складових. Основним тут є, перш за все, частка (сегмент) підприємства в конкретному ри-

нковому середовищі. Вона визначається за різними параметрами: частка в попередньому періоді; співставлення якості товарів; відносна ціна на товар; швидкість просування товару на ринку (термін технологічного циклу); потужність збутової мережі. Важливим тут є зниження витрат, індивідуалізація продукції, відповідність її існуючій сегментації ринку.

В самому загальному виді конкурентоспроможність держави можна визначити як її здатність в умовах конкуренції виготовляти товари та надавати послуги, чим саме задовольняти вимоги як внутрішнього, так і зовнішнього ринку, що призводить, в першу чергу, до зростання благополуччя громадян зокрема і держави в цілому [5, с.39].

Конкурентне середовище на рівні держави має свою сегментацію. Це, перш за все, наука і наукоємні технології; це капітал; це наявна робоча сила; це інфраструктура; це інформація.

Головною детермінантою, відносно якої повинен розглядатися вплив цих складових на конкурентоспроможність, виступає, перш за все, ефективність виробництва, тобто продуктивність використання наявних ресурсів, постійне їх збільшення і максимально можливе підвищення якості продукції.

Для країн, де ринкові відносини знаходяться на стадії становлення, важливе значення і, перш за все, з метою впливу на створення умов довгострокових конкурентних переваг держави і посилення на цій основі її позицій на світовому ринку має розробка більш чіткої концепції макроекономічної політики. Арсенал засобів держави, які прямо чи опосередковано можуть впливати на поліпшення конкурентоспроможності досить великий. Це, перш за все, зовнішньоторговельна, валютна, грошово-кредитна, податкова політика, політика в області науки і техніки, освіти. Саме державна політика як система узгоджених поглядів та заходів, що спрямовані на створення сприятливої нормативно-правової бази конкуренції та реалізації конкурентних переваг, які є у розпорядженні національних товаровиробників, може відіграти

суттєву роль в забезпеченні успішної конкуренції на світовому ринку.

Для України ця проблема надзвичайно актуальна. Підтвердженням цього свідчать дані співставлених оцінок конкурентоспроможності України і Росії у світовій економіці. Маючи ряд конкурентних переваг, Україна по відношенню до інших держав має суттєві переваги, а саме її природні ресурсні запаси, значний науково-технічний потенціал, високий загальноосвітній рівень населення, належний кваліфікаційний рівень робочої сили. Однак, незважаючи на забезпеченість України основними складовими виробництва, які забезпечують потенційні передумови для конкурентного розвитку, за ефективністю їх використання зараз Україна посідає далеко не престижні місця і значно відстає від розвинутих країн світу. Динаміка результатів експертних оцінок конкурентоспроможності економіки України свідчить про втрату багатьох ознак її порівняльної приєдності [5, с.38].

Існує комплексний показник конкурентоспроможності, який характеризує положення держави на світовому ринку. Для визначення рейтингу конкурентоспроможності за допомогою цього показника використовують багатофакторні векторні моделі. Вони згруповані у 8 агрегованих груп:

- внутрішній економічний потенціал;
- зовнішньоекономічні зв'язки;
- державне регулювання;
- кредитно-фінансова система;
- інфраструктура;
- система управління;
- науково-технічний потенціал;
- трудові ресурси.

Україна у рейтинговому списку у 1999 р. займала 95 місце. В обстеженні, яке було проведено Гарвардським інститутом міжнародного розвитку, у 1999 р. з 59 охоплених держав світу, Україна зайняла 58-е місце у визначенні її конкурентоспроможності [4, с.55]. Перехід на оплату імпорту, енергоносіїв та комплектуючих на світові ціни, криза платоспроможності призвели до втрати цінової конкурентоспроможності багатьма вітчизняними товаровиробниками, внаслідок чого основні

затрати підприємств йдуть на закупівлю матеріалів і паливно-енергетичні потреби. Це спричинило також низьку якість виготовленої продукції, яка не відповідає багатьом параметрам світових стандартів і стало серйозною перешкодою на шляху успішної інтеграції України у світове господарство [6, с.28].

Дослідження проблем конкурентного середовища національної економіки підтверджує, що між категоріями конкурентоспроможності суб'єкта господарювання і конкурентоспроможності держави існує нерозривний зв'язок і взаємозалежність. Рівень конкурентоспроможності національної економіки прямим чином передумою конкурентоспроможності підприємств галузей народного господарства і є базисом для формування конкурентних переваг держави, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності вітчизняних товаровиробників.

Підвищення конкурентоспроможності вітчизняних товаровиробників, створення умов та врахування факторів, які можуть сприяти ефективній конкуренції на світовому ринку, повинно стати головним пріоритетом державної конкурентної політики.

Ключовим чинником забезпечення конкуренції на вітчизняному ринку повинна бути конкуренція імпорту. Проведений аналіз регіональних товарних ринків показав, що в сучасних умовах для України існує проблема захисту саме вітчизняного виробника. Імпорт практично витісняє виробу національних підприємств, тому сьогодні гостро постає питання нерівності умов конкуренції між вітчизняними та іноземними виробниками. Передчасний вступ регіональних фірм у таку конкуренцію може призвести до концентрації ринкового впливу іноземних інвесторів чи торговельно-посередницьких фірм [10, с.27]. Разом з тим, ефективність та конкурентоспроможність національних виробів, ізольовано від впливу дисципліни міжнародної конкуренції, буде падати та сприятиме перекосам у розподілі ресурсів на користь секторів економіки, де відсутня конкуренція. За таких умов найбільш раціональним є прове-

дення збалансованої експортно-імпоротної політики, у тому числі політики помірною державного протекціонізму, яка б враховувала підвищення або зниження рівня конкуренції на внутрішніх товарних ринках і концентрувалась на таких основних напрямках: контроль за дотриманням ефективною конкуренції при ліцензуванні експорту та імпорту органами виконавчої влади; недискримінаційного підходу при державному регулюванні процесів іноземного інвестування, дотримання умов конкуренції при державній підтримці експорту; попередження монополістичної діяльності іноземних компаній на українських ринках; сприяння поліпшенню доступу вітчизняних товарів та послуг на зарубіжні ринки шляхом зниження адміністративних бар'єрів [11, с.30].

В умовах відкритої ринкової економіки і жорсткої конкуренції, яка набуває глобального характеру, потрібні спільні чітко скоординовані зусилля держави та товаровиробників у напрямі підвищення конкурентоспроможності вітчизняних товарів на зарубіжних ринках. Та обставина, що основою основ є частіше всього конкурентоспроможність товару, ще раз підтверджує, що термін "конкурентоспроможність" в значній мірі необхідно розглядати з позицій конкретного результату роботи, тобто виготовленої продукції. Водночас, відносно конкурентного середовища, конкурентоспроможність необхідно розглядати як системну категорію [12, с.48].

З точки зору системного підходу, конкурентоспроможність може бути представлена у вигляді властивостей виробничо-економічних систем (якими є підприємство), змінювати напрям руху чи встановлений режим функціонування в процесі зберігання та розвитку наявних і створення нових конкурентних переваг.

Конкурентоспроможність підприємства представляє собою самостійну системну категорію, яка відображає ступінь реалізації мети підприємства в його взаємодії з навколишнім середовищем. Актуальність такого дослідження і управління цією категорією зростає по мірі формування ринкових відносин і реформування конкурен-

тного середовища. Цей підхід особливо актуальний зараз і представляє, також, практичний інтерес. Зрозумілим є те, що підприємство не може бути конкурентоспроможним, якщо його продукція не користується попитом на ринку. Однак, орієнтація тільки на такі параметри попиту, як якість, ціна іноді може бути недостатньою. В сучасних умовах виробник повинен запропонувати замовнику цілий спектр своїх переваг, що і забезпечує успіх в конкурентній боротьбі.

Конкурентоспроможність продукції і конкурентоспроможність підприємства співставляються по відношенню до конкурентного середовища як частина і ціле [9].

З метою підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств потрібно забезпечити відокремлення від них в процесі приватизації непрофільних виробництв та об'єктів соціальної сфери, не допускаючи руйнування цілісних виробничо-технологічних комплексів, а особливо тих, що визначають експортний потенціал країни. Проведений аналіз рівня конкуренції на товарних ринках дає можливість визначити пріоритетні заходи щодо реалізації конкурентної політики в регіоні. Такими можна вважати розробку механізму реалізації Закону України «Про природні монополії» [1, 6], удосконалення механізму конкуренції при формуванні оптової ціни на електричну енергію, забезпечити конкурентні засади і прозорий механізм контролю за діяльністю учасників ринку. Усі перелічені заходи слід впроваджувати паралельно з введенням переліку підприємств-монополістів, щодо яких запроваджується тактика регулювання та здійснення моніторингу виконання заходів реалізації конкурентної політики та оцінки її соціально-економічних наслідків [2, 7]. Такий підхід щодо підтримки конкуренції дозволить отримати якісно нову оцінку результатів реалізації конкурентної політики, виробити пропозиції щодо визначення її нових основних завдань, адекватних економічній ситуації на регіональних товарних ринках.

Результатами таких заходів щодо реалізації конкурентної політики мають ста-

ти: по-першу – це створення умов реалізації конституційного принципу захисту конкуренції і встановлення чітких правил гри для підприємців-монополістів; по-друге, підвищення ефективності діяльності підприємств усіх галузей економіки та створення при цьому конкурентного середовища, вдосконалення, раціоналізація та оптимізація системи державного управління з демонополізації товарних ринків [3, 5].

Важливим напрямом по забезпеченню умов для формування та розвитку добросовісної конкуренції в економіці на перехідному етапі є інформаційне забезпечення конкурентної політики. Аналіз різних джерел інформації дозволить виявити численні порушення в методиці збору первинної інформації, як результат, несумісність однойменних показників, обчислених у різних організаціях за величиною, періодичністю і іншими ознаками. Специфіка інформаційних потреб антимонопольного контролю полягає у тому, що вони вимагають об'єднання власних інформаційних ресурсів, інформації органів на загальнонаціональному рівні, для чого доцільною є національна програма забезпечення якості та конкурентоспроможності продукції та послуг, яка б охоплювала організаційно-економічні, інформаційно-методичні та правові засади в даній галузі та заходи по дальшому розвитку сертифікації в країні [7, с.26].

В сучасній конкурентній боротьбі при всій її масштабності, динамізмі і гостроті вирає саме той, хто постійно аналізує і бореться за свої конкурентні позиції, забезпечуючи системний підхід до управління конкурентоспроможністю. Практика переконливо підтверджує, що для досягнення високого рівня конкурентоспроможності підприємства, в першу чергу, необхідні нові підходи до ведення конкурентної боротьби, використання наявних переваг, відкриття нових сегментів ринку, створення нових характеристик продукції чи зміни процесів її виготовлення.

Для збереження конкурентоспроможності в активному конкурентному середовищі необхідне постійне вдосконалення виробничих процесів, впровадження нови-

нок з метою розширення та закріплення ринків збуту шляхом підвищення якості продукції, вдосконалення маркетингу та сервісу. Все це тільки в комплексі може гарантувати бажаний результат.

Системний підхід до управління конкурентоспроможністю підприємства характеризується через розкриття його складових. Основним тут є, перш за все, частка підприємства в конкретному ринковому середовищі. Вона визначається за різними параметрами: частка в попередньому періоді; співставлення якості товарів; відносна ціна на товар; це швидкість просування товару на ринок (термін технологічного циклу); це потужність збутової мережі. Важливим тут є зниження витрат, індивідуалізація продукції, відповідність її сегментації ринку.

Конкурентоспроможність повинна бути здатною до постійного розвитку і забезпечення виробничими і збутовими потужностями. Її рівень повинен відповідати вимогам, які задають лідери відповідних товарних ринків. Сьогодні не можна не враховувати того, що постійні процеси на світовому ринку, в пошуках нових машин, обладнання, нових технологій, більш досконалих товарів, не зупиняються ні на мить. Підвищення рівня своїх конкурентних можливостей в боротьбі за ринки збуту вимагає масштабності і об'єктивної оцінки конкурентоспроможності підприємства.

Теоретичні дослідження, аналіз існуючої господарської практики вивчення конкурентоспроможного середовища підтверджують складність процесів, що призводять до зміни кон'юнктури ринку, специфіки реформування існуючої стійкості розвитку підприємства. У зв'язку з постійним удосконаленням методики розрахунку кількісних показників оцінки рівня конкурентоспроможності виникають нові проблеми.

Зараз конкурентоспроможність підприємства повинна визначатися і оцінюватися не тільки реалізацією своєї продукції, а і продукцією своїх конкурентів. Позитивний результат можна отримати при активній постійній роботі на взаємовигідних партнерських засадах. Саме такий підхід

до співдружності може формувати сучасний конкурентний потенціал підприємства і підвищувати його реальні можливості в ринковому середовищі. Наявність таких можливостей, їх розвиток створює новий рівень конкурентоспроможності підприємства, який в стратегічному плані забезпечує необхідні, реальні і важливі передумови для стабільної роботи на рівні світових стандартів.

За останній час виконання частини замовлень за дорученням є однією з найбільш прогресивних форм взаємовідносин партнерів у сучасному світовому бізнесі. Таким чином не конкуренція, а кооперація і співробітництво в майбутньому послужать важливим джерелом прибутків підприємств, економічним благополуччям суспільства. Виходячи з цього, досягнення мети конкуруючих фірм відбуватиметься, перш за все, через кооперування і співробітництво. Це повинно знайти своє відображення в конкурентній стратегії і вона, по суті, повинна показувати розвиток зв'язків співробітництва між покупцями і існуючими суперниками, потенційними конкурентами. В даній ситуації завоювати довіру замовника, стати його партнером у виготовленні продукції, розвивати співробітництво на перспективу – завдання складне, але його практична реалізація створює реальні передумови для досягнення високого рівня конкуренто-стійкості підприємства. В умовах глобалізації економічних процесів і особливо, коли дуже гостро стала проблема нарощування промислового потенціалу України, розширення ємності ринків збуту вітчизняної продукції, оцінки рівня конкурентоспроможності і, відповідно, ефективності діяльності виробників, необхідно вирішити проблему підвищення конкурентоспроможності споживачів продукції. Вони будуть визначати доцільність пропозиції, розміри майбутнього виробництва товарів, сприятимуть створенню умов для зростання ефективності роботи підприємства-замовника. Вагоме місце посяде підвищення якості, зниження собівартості продукції, поліпшення умов роботи, зростання продуктивності праці, що в цілому вплине позитивно на високий рівень кон-

курентоспроможності як продукції, так і підприємства. Тільки через призму активного впливу підвищення конкурентоспроможності продукції, постійного прагнення до змін в бік зростання якісних характеристик виготовляємої продукції, необхідно підходити до вибору пріоритетів розвитку, досягнення власних нових конкурентних позицій. Тільки висока чутливість до ринку, до потреб споживачів, випуск принципово нової продукції, світового рівня якості суттєво розширить стратегічні перспективи підприємства і сформує його довгострокові переваги в конкурентному середовищі.

Література

1. Закон України «Про природні монополії». – ВВР., 2000, №30, ст. 238 – з доповненнями №424-5 від 01.12.2006. ВВР 2006, №9, ст. 67.
2. Закон України «Про захист економічної конкуренції». ВВР, 2001, №12, ст. 64 – з доповненнями №3486-IV від 23.02.06, – ВВР, 2006, №31, ст. 269.
3. Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції». – ВВР, 1996, №36, ст. 164 – з доповненнями №762-15 від 15.05.03. ВВР, 2003, №30, ст. 247.
4. Андреев В., Тяпышев О. Оценка ближайших перспектив экономического развития стран мира // Внешняя торговля – 2000. – №7-9. – С. 54-58.
5. Бутко М. Инвестиційні аспекти підвищення конкурентоспроможності економіки // Економіка України – 2004. – №4. – С. 36-42.
6. Венгер В. Організація управління державними підприємствами: стан і перспективи // Економіка України – 2006. – №3. – С. 26-33.
7. Гайдуцький А.П. Інвестиційна ємність і особливості залучення іноземного капіталу в аграрний сектор // Економіка та держава – 2005. – №9. – С. 25-29.
8. Майталь Ш. Экономика для менеджеров: 10 важных инструментов для руководителей. Перевод с англ. – М.: 1999. – 336 с.
9. Николаев В.П., Брунько В.М. і інші Держава – фіскал чи інвестор // Доступний з: <<http://www.mc.gov.ua>>.
10. Правник Ю. М. Стратегічні напрями залучення і використання іноземних інвестицій // Інвестиції, практика та досвід. – 2006. – №18. – С. 26-31.
11. Фурман В. М. Основні напрями організації стратегічного управління в страхових компаніях // Економіка і прогнозування. – 2004. – №4. – С.26-32.
12. Шпанко А. Про сутність поняття «Стратегічна конкурентоспроможність» // Економіка України – 2007. – №6. – С. 45-49.

Статья поступила в редакцию 17.12.2007

Т.Ю. НОСОВА

Харьковский национальный университет им. В.Н. Каразина

МОДЕЛИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ: ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ

Конкурентоспособность предприятия выступает общей мерой интереса и доверия к услугам предприятия на фондовом, финансовом и трудовом рынках. К определяющим факторам конкурентоспособности предприятия относятся стоимость предприятия, техническая оснащенность рабочих мест, применяемая концепция менеджмента, управленческие технологии, организационная система, человеческий капитал, стратегический маркетинг, техни-

ческая, инвестиционная и инновационная политики. При оценке конкурентоспособности изучаются как отдельные экономические показатели (анализ и прогнозирование рыночной доли продукции), так и их система: показатели деловой активности, маркетинговой деятельности, оценка технологии управления предприятием [4, с. 76; 5, с. 79]. Изучение целого ряда научных

© Т.Ю. Носова, 2008