

УДК 658.012

С.В. КОВАЛЬОВ, Т.В. ДАВИДЮК, О.І. КОЛОТЮК, П.Г. ПЕРЕРВА

## ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПРОДУКЦІЇ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті розглянуто питання створення механізму формування та оцінки конкурентних переваг промислового підприємства. Завданням статті є розробка пропозицій щодо моделювання конкурентної переваги, прогнозування зміни сили конкурентної переваги за етапами його життєвого циклу.

**Ключові слова:** конкурентні переваги, продукція, ринок, конкуренція, промислові підприємства

В статье рассмотрен вопрос создания механизма формирования и оценки конкурентных преимуществ промышленного предприятия. Задачей статьи является разработка предложений по моделированию конкурентного преимущества, прогнозирование изменения силы конкурентного преимущества по этапам его жизненного цикла.

**Ключевые слова:** конкурентные преимущества, продукция, рынок, конкуренция, промышленные предприятия

In the article the question of creation of the mechanism of formation and evaluation of competitive advantages of the industrial enterprise. The objective of this article is to develop proposals for modeling competitive advantage forecasting power change competitive advantages in stages of its life cycle.

**Keywords:** competitive advantages, products, market, competition, industry

**Вступ.** Сучасний стан розвитку української економіки та її конкурентоспроможність пов'язані, в першу чергу, з підвищенням конкурентоспроможності господарюючих суб'єктів, насамперед, підприємств галузі машинобудування, втрати яких в ході економічних реформ виявилися найбільш істотними. Успіх вирішення завдань по виявленню і формуванню конкурентних переваг підприємств, підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств та їх продукції в більшій мірі залежать від рівня розробки методичних підходів щодо створення і ефективного функціонування механізму конкурентних переваг.

**Мета дослідження.** Завданням статті є розробка науково-обґрунтованих методів управління конкурентними перевагами промислового підприємства в контексті маркетингової політики промислового підприємства та забезпечення конкурентоспроможності як самого підприємства, так і його продукції. Вирішення поставленої задачі передбачається на основі критичного аналізу розвитку документованих на цей час систем конкурентоспроможності. Завданням статті є розробка пропозицій щодо моделювання конкурентної переваги, прогнозування зміни сили конкурентної переваги за етапами його життєвого циклу.

**Методологія.** Методологічною основою проведеного дослідження стали наукові праці провідних вітчизняних і зарубіжних вчених-економістів з проблеми оцінки рівня конкурентоспроможності виробничої системи. Для досягнення поставленої мети використано систему загальнонаукових і спеціальних методів дослідження. Зокрема для теоретичних й методологічних узагальнень, визначення сутності та складових конкурентної переваги та інструментів його оцінки, використовувалися діалектичний, абстрактно-логічний і системний вид аналізу.

**Аналіз основних досягнень і літератури.** Проблеми конкурентоздатності машинобудівних підприємств вивчаються в економічній літературі досить давно, але поглиблення наукових досліджень цього питання саме в умовах сучасності стає необхідним. Важливий внесок у дослідженні проблем

підвищення конкурентоздатності машинобудування зробили відомі вчені-економісти Г.Азоев, О.Косенко, П.Перерва, А.Кац, М.Погорелов, С.Глаголев, С.Мехович, Р.А.Фатхутдінов, Т.Кобелева, М.Шомоші та ін. [1-22]. Однак, окремі аспекти, такі як оцінка рівня конкурентних переваг продукції та підприємства, підходи до класифікації конкурентних переваг і конкурентних стратегій підприємства, рекомендації щодо відбору адекватних конкретним ринковим умовам різновидів конкурентних стратегій тощо, досліджені ще не достатньо. Відсутність цілісної та обґрунтованої концепції управління конкурентними перевагами, яка б враховувала вітчизняну специфіку і допомагала підприємствам виживати та досягати успіху в складних умовах перехідної економіки, зумовлює необхідність та актуальність досліджень в цій царині.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Конкурентоспроможність організацій – це здатність виробників і продавців товарів конкурувати зі своїми суперниками, які постачають на ті ж ринки аналогічні товари. У такій конкурентній боротьбі, за опануванням ринками, організації для залучення покупців використовують рекламу, зниження цін, підвищення якості продукції, надання передпродажних і післяпродажних послуг. Конкурентоспроможність означає ступінь переваги продукту на ринку, порівняно з іншими, конкуруючими продуктами, аналогічного призначення. [1, с. 125]. Конкурентна перевага – це ексклюзивна цінність, якою володіє організація і яка дає їй перевагу перед конкурентами.[4, с. 232]. Т. Пітері і Б. Уотермен сформулювали загальні принципи, які дають конкурентні переваги виробникам [5, с. 189]:

- ✓ націленість всіх і кожного працівника на дію, на продовження розпочатої справи;
- ✓ близькість підприємства до клієнта;
- ✓ створення автономії та творчої атмосфери на підприємстві;
- ✓ зростання продуктивності завдяки використанню здібностей людей і їх бажанням

© С.В. Ковальов, Т.В. Давидюк, О.І. Колотюк, П.Г. Перерва 2016

працювати;

✓ демонстрація важливості загальних для підприємства;

✓ уміння твердо стояти на своєму;

✓ простота організації, мінімум рівнів управління і службового персоналу;

✓ вміння, бути одночасно м'яким і жорстким. Тримати під жорстким контролем найбільш важливі проблеми і передавати підлеглим менш важливі.

Як показує світова практика ринкових відносин, взаємозалежне вирішення цих проблем і використання даних принципів гарантує підвищення конкурентоздатності підприємств. Головними напрямками забезпечення конкурентної переваги організації є: концентрація ресурсів фірми для попередження дій конкурентів, утримання ініціативи в конкурентній боротьбі, забезпечення ресурсного потенціалу для досягнення поставлених цілей, розробка гнучкої системи планування діяльності фірми на ринку шляхом об'єднання ефективної стратегії взаємодії з конкурентами.

Конкурентна перевага, якою володіють на конкретних ринках різні суперники (конкуренти), є суттєвим фактором клімату, або конкурентної ситуації на ринку товару. Конкурентна перевага визначається набором характеристик, властивостей товару або марки, який створює для фірми певну перевагу над своїми прямими конкурентами [1, с. 28]. Перевага оцінюється відносним, порівняльним станом, положенням організації по відношенню до конкурента, який займає найкращу позицію на ринку товару або в сегменті ринку. Воно може бути зовнішнім і внутрішнім.

Конкурентна перевага є зовнішнім, якщо воно базується на відмінних якостях товару, які утворюють цінність для покупця» через скорочення витрат або підвищення ефективності. Зовнішня конкурентна перевага збільшує ринкову силу фірми, тобто здатність фірми змусити ринок прийняти ціну товару, більш високу, ніж у пріоритетних (найбільш небезпечних) конкурентів, не забезпечують відповідної відмінної якості. Внутрішня конкурентна

перевага базується на перевазі фірми стосовно витрат виробництва, управління фірмою або товаром, що створює «цінність для виробника» і меншу собівартість, ніж у конкурента. Ця перевага може створюватися завдяки проведенню стратегії домінування по витратах за рахунок впровадження організаційного і виробничого нововведення фірми. Таким чином, співвідношення «ринкової сили» і «продуктивності» може характеризувати рівень конкурентної переваги фірми над конкурентами [8, с.70].

Діагностика конкурентного середовища вимагає не тільки аналізу стану різних методів конкуренції, але і дослідження іміджу товару й іміджу організації. Дійсно, знижуючи ціну на свій товар або послугу, організація отримує можливість зміцнити свої позиції в порівнянні з конкурентами. Підвищення ціни товару чи послуги призводить до зниження рівня її конкурентної переваги. Поліпшуючи якісні характеристики продукту, компанія одержує значну перевагу перед конкурентами, що, в свою чергу, може бути підставою для призначення більш високої ціни. Якщо ж організація утримує ціну своїх товарів на рівні цін конкурентних товарів, то більш висока якість створює йому лідируюче положення на ринку, дозволяє збільшити чисельність споживачів і відповідно розмір займаній фірмою ринкової частки [7, с. 77]. Так методика оцінки конкурентної переваги спирається на сутність цінності, яка є джерелом отримання переваги (матеріальні, нематеріальні, грошові, соціальні та інші цінності), і залежить від її змісту, джерела походження, динамічності прояви, масштабу поширення та інших умов.

Розглянемо основні фактори конкурентної переваги організацій. Чинники конкурентної переваги організації поділяються на зовнішні і внутрішні. Нижче будуть наведені типові конкурентні переваги, характерні для гіпотетичної організації, конкретна російська організація може мати тільки кілька з перелічених конкурентних переваг. [4, с.246]. В таблиці 1 наведено перелік зовнішніх факторів конкурентної переваги організації, а в таблиці 2 - перелік внутрішніх факторів конкурентної переваги.

Таблиця 1 - Перелік зовнішніх факторів конкурентної переваги організації

Зовнішні фактори конкурентної переваги організації	Що необхідно зробити для досягнення і використання конкурентної переваги в умовах України
1. Рівень конкурентоспроможності галузі	Переробити систему підтримки малого і середньому бізнесу, зорієнтувавши її на ефективне і законослухняне ведення бізнесу
2. Державна підтримка малого та середнього бізнесу в країні та регіонах	Розвиток міжнародного співробітництва та інтеграції, міжнародної вільної конкуренції
3. Відкритість суспільства і ринків	Активізація робіт у цій області, посилення контролю дотримання міжнародних стандартів та угод, правове забезпечення гармонізації з міжнародною системою
4. Національна система стандартизації	Збільшити в десятки разів в російському бюджеті видатки на освіту, охорону здоров'я і соціальну сферу
5. Державна підтримка розвитку людини	Удосконалити систему трансферу (розробка нововведень, їх інновація і дифузія), збільшити в десятки разів видатки з державного бюджету на науку
6. Державна підтримка науки та інноваційної діяльності	Створення єдиних національних інформаційних центрів за сферами або галузями, що відповідають останньому слову науки і техніки
7. Якість інформаційного забезпечення управління на всіх рівнях ієрархії	Збільшити питому вагу видобуваються з надр Землі, ресурсів, що перебувають у державній власності, не менш ніж до 50%. Налагодити державний контроль за витратчаним ресурсів
8. Наявність доступних і дешевих природних ресурсів	Надходження міжнародних, державних і спонсорських інвестицій в дану сферу та їх витрачання повинні перебувати під державним контролем і давати конкретний результат
9. Система підготовки та перепідготовки управлінських кадрів у країні	Охороняти навколишнє природне середовище, підвищувати якість середовища проживання і розвивати конкурентні переваги в цій сфері.
10. Кліматичні умови і географічне положення країни або регіону	Комплексно формувати й реалізовувати ринкові відносини
11. Рівень конкуренції у всіх областях діяльності в країні Вжити заходів щодо підвищення конкурентоспроможності галузі або піти з неї в іншу, більш конкурентоспроможну галузь	

Таблиця 2 - Перечень внутрішніх факторів конкурентного переваги організації

Внутрішні фактори конкурентної переваги	Що необхідно зробити для досягнення і використання конкурентної переваги
<b>1. Структурні</b> 1.1. Місія організації 1.2. Організаційна структура організації 1.3. Облік і регулювання виробничих процесів 1.4. Персонал 1.5. Інформаційна та нормативно-методична база управління 1.6. Сила конкуренції на виході і вході системи	Місія повинна містити оригінальну ідею, ексклюзивну сферу діяльності, конкурентоспроможний продукт, популярну товарну марку і т. д. Організаційна структура повинна будуватися на основі дерева цілей організації з горизонтальною координацією всіх робіт менеджером по конкретному товару (проблемно-цільова організаційна структура). Включити в структуру організації автоматизації обліку, дотримання принципів пропорційності, безперервності, прямоочності, паралельності, ритмічності протікання окремих процесів. Постійно здійснювати відбір персоналу, підвищувати його кваліфікацію та створювати умови для просування, мотивування якісний і ефективний працю з метою забезпечення конкурентоспроможності персоналу. При проектуванні і розвитку структур в інформаційні системи слід закладати якісну інформацію і нормативно-методичні документи. При виборі сфери діяльності та постачальників сировини, матеріалів, комплектуючих виробів, устаткування, кадрів і т. д. аналізувати силу конкуренції і вибирати конкурентоспроможних постачальників.
<b>2. Ресурсні</b> 2.1. Доступ до якісної дешевої сировини і інших ресурсів 2.2. Оптимізація ефективності використання ресурсів	Стежити за параметрами ринку, щоб не упустити можливий доступ до якісної і дешевої сировини Підтримувати роботу з оптимізації ресурсів, так як глобальна мета конкуренції — економія ресурсів і підвищення якості життя
<b>3. Технічні</b> 3.1. Патентований товар 3.2. Обладнання 3.4. Якість виготовлення товарів	Продовжувати роботу по збільшенню кількості винаходів і патентів. Збільшувати питому вагу прогресивного технологічного обладнання, знижувати його середній вік Застосовувати сучасні методи контролю і стимулювання якості для утримання конкурентної переваги
<b>4. Управлінські</b> 4.1. Менеджери 4.2. Аналіз виконання законів 4.3. Функціонування системи менеджменту (конкурентоспроможності) організації 4.4. Функціонування системи управління якістю в організації	Збільшувати питому вагу конкурентоспроможних менеджерів За результатами аналізу законів організації повинні розроблятися та реалізовуватися заходи з удосконалення процесів Подальше утримання цієї конкурентної переваги вимагає високої кваліфікації персоналу, застосування наукових методів управління Система управління якістю повинна відповідати міжнародним стандартам ISO серії 9000 версії (2000), науковим підходам і принципам управління якістю
<b>5. Ринкові</b> 5.1. Доступ до ринку ресурсів 5.2. Доступ до ринку нових технологій 5.3. Лідруюче положення на ринку 5.4. Ексклюзивність розподілу 5.5. Ексклюзивність реклами товарів організації 5.6. Прогнозування цін	Для отримання переваги необхідно вивчити параметри ринків на вході системи (організації), а для її збереження — проводити моніторинг ринкової інфраструктури. Для утримання цього головного переваги необхідно постійно приймати міри по утриманню всіх конкурентних переваг організації. Ця перевага досягається високим рівнем логістики, зберігається конкурентоспроможними маркетологами і працівниками збуту. Для збереження переваги необхідні висока кваліфікація працівників реклами та достатні кошти на неї. Для збереження конкурентної переваги необхідно за своїм товарам аналізувати дію законів попиту, пропозиції, конкуренції та ін., мати якісну інформаційну базу і кваліфікованих фахівців
6. Ефективність функціонування організації	Для утримання своїх конкурентних переваг організація повинна підвищувати науковий рівень управління.

Прояв зовнішніх факторів в малій мірі залежить від організації, в основному вони формуються від рівня конкурентоспроможності країни. Фактори, які досягаються і реалізуються персоналом, де особливу роль відіграють керівники, називаються внутрішніми (таблиця 2).

Прояв зовнішніх факторів в малій мірі залежить від організації, в основному вони формуються від рівня конкурентоспроможності країни. Фактори, які досягаються і реалізуються персоналом, де особливу роль відіграють керівники, називаються внутрішніми (таблиця 2).

Чим вища сила конкуренції в галузі, тим менше буде доходність і собівартість товарів, але вища інтенсивність і якість товарів.

**Висновки.** Перераховані в табл. 1 і 2 зовнішні та внутрішні чинники конкурентної переваги є максимально можливими для абстрактної організації. Для конкретної організації кількість конкурентних переваг може бути будь-яким. Таким чином, можна

зробити висновок, що чим більше організація має конкурентних переваг перед нинішніми і потенційними конкурентами, тим вище її конкурентоспроможність, живучість, ефективність, перспективність. Для цього необхідно підвищувати науковий рівень управління, завойовувати нові конкурентні переваги і сміливіше дивитися в майбутнє.

#### Список літератури

1. *Азоев Г.Л.* «Конкурентные преимущества фирмы», М.: «Новости», 2000г., 256с.
2. *Pererva P.G.* Technology transfer [Text] / P. G. Pererva, G. Kocziszky, D. Szakaly, M. Somosi. — Veres-Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. — 668 p.
3. *Косенко А.П.* Экономическая оценка инновационного потенциала / А.П.Косенко, Д.Коциски, О.И.Маслак, П.Г.Перерва, Д.Сакай.- Монография / Под ред. проф. Перервы П.Г. и проф. Д.Коциски – Харьков-Мишкольд : НТУ „ХПИ”, Мишкольд,тех.ун-т, 2008. – 170 с.
4. *Фатхутдинов Р.А.* «Конкурентоспособность организации в условиях кризиса», М.: «Маркетинг», 2002г., 892с.
5. *Перерва П.Г.* Економіка і маркетинг виробничо-підприємницької діяльності: Навч. посібник / За ред. проф. Перервы П. Г.,

- проф. Гаврись О. М., проф. Погорелова М. І. – Харків : НТУ «ХПІ», 2004. – 640 с.
6. *Перерва П. Г.* Стратегічне управління виробничим потенціалом і підвищення конкурентоспроможності підприємства / Д. Коциски, П. Г. Перерва, А. П. Косенко // Вісник Національного технічного університету «ХПІ». – Х.: НТУ «ХПІ». – 2010. – Випуск 62. – С. 137-142.
  7. *Кац А.М.* Прогнозирование конкурентоспособности предприятий // Маркетинг в России, 2006г. – №4 – с.76.
  8. *Перерва П.Г.* Самомаркетинг менеджера и бизнесмена. - Ростов н / Д: Феникс, 2003. - 592 с.
  9. *Перерва П.Г.* Трудоустройство без проблем (искусство самомаркетинга) / П.Г.Перерва.- Х.: Фактор, 2009.- 480 с.
  10. *Перерва П.Г.* Экономика и управление инновационной деятельностью: учебник / Под ред. проф. Перервы П.Г., проф. Вороновского Г.К., проф. Меховича С.А., проф. Погорелова Н.И. – Харьков: НТУ «ХПИ», 2009. – 1203 с.
  11. *Перерва П.Г.* Визначення ефективності використання виробничого потенціалу машинобудівного підприємства [Текст] / П.Г. Перерва, Н.М. Побережна // Маркетинг і менеджмент інновацій. - 2012. - №2. - С. 191-198.
  12. *Перерва П.Г.* Потребность в электротехнических средствах автоматизации. Теория и методы определения / П.Г.Перерва.- Х.: Основа, 1991.-141 с.
  13. *Погорелов И.Н.* Экономика и организация труда / И.Н.Погорелов, Н.И.Погорелов, П.Г.Перерва, А.М.Колот, С.А.Мехович [Монография].- Харьков : Фактор, 2007.- 640с.
  14. *Погорелов М.І.* Управління персоналом та економіка праці / М.І.Погорелов, П.Г.Перерва, С.М.Погорелов, О.П.Косенко та ін. // Навчальний посібник / За ред. проф.Погорелова М.І., проф.Перерви П.Г., доц. Погорелова С.М., доц. Косенко О.П. – Х.: «Щедра садба плюс», 2015.- 521с.
  15. *Товажнянський В.Л.* Антикризовий механізм сталого розвитку підприємства [монографія] / В.Л.Товажнянський, П.Г.Перерва, Л.Л.Товажнянський, І.В.Гладенко, Т.О.Кобелева, Н.П.Ткачова / За ред. проф. П.Г.Перерви П.Г. та проф. Товажнянського Л.Л. – Х.: Віровець А.П.: Апостроф, 2012 – 704 с.
  16. *Товажнянський В.Л.* Інноваційні технології в антикризовому розвитку машинобудівних підприємств / В.Л. Товажнянський, П.Г. Перерва // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – №1. – С. 113-119.
  17. Управление инновационной деятельностью: учебное пособие: в 3 ч. Ч. I. Основы инновационного менеджмента и экономики инноваций / П.Г. Перерва, С.Н. Глаголев, С.А. Мехович и др.; под общ. ред. П.Г. Перервы, С.Н. Глаголева. – Белгород; Харьков: Изд-во БГТУ, 2012. – 545 с.
  18. Управление инновационной деятельностью: учебное пособие: в 3 ч. Ч. II. Управление научными исследованиями, маркетинг и коммерциализация инноваций / П.Г. Перерва, С.Н. Глаголев, С.А. Мехович и др.; под общ. ред. П.Г. Перервы, С.Н. Глаголева. – Белгород; Харьков: Изд-во БГТУ, 2012. – 426 с.
  19. Управление инновационной деятельностью: учебное пособие: в 3 ч. Ч. III. Организация подготовки специалистов для инновационной экономики / П.Г. Перерва, С.Н. Глаголев, С.А. Мехович и др. / под общ. ред. П.Г. Перервы, С.Н. Глаголева. – Белгород; Харьков: Изд-во БГТУ, 2012. – 454 с.
  20. Маркетинг. Менеджмент. Інновації: монографія / С.М.Ілляшенко, П.Г.Перерва, О.П.Косенко та ін. / за ред. д.е.н., професора С.М. Ілляшенка. – Суми : ТОВ «Друкарський дім «Папірус», 2010. – 621 с.
  21. Проблеми і перспективи ринково-орієнтованого управління інноваційним розвитком: монографія / С.М.Ілляшенко, П.Г.Перерва, Н.П.Ткачова, О.П.Косенко та ін. / за ред. д.е.н., професора С.М. Ілляшенка. – Суми: ТОВ «Друкарський дім «Папірус», 2011. – 644 с.
  22. Механізм управління потенціалом інноваційного розвитку промислових підприємств: монографія / Ю.С. Шипуліна, С.М.Ілляшенко, П.Г.Перерва, О.П.Косенко та ін.; за ред. к.е.н., доцента Ю.С. Шипуліної. - Суми: ТОВ "ДД "Папірус", 2012. - 458 с.
  3. *Kosenko A.P.* *Ekonomicheskaya otsenka innovatsionnogo potentsiala* / A.P.Kosenko, D.Kotsiski, O.I.Maslak, P.G.Pererva, D.Sakay.- Monografiya / Pod red. prof. Perervi P.G. i prof. D.Kotsiski – Harkov-Mishkolts : NTU „HPI“, Mishkolts.tehn.un-t, 2008. – 170 s.
  4. *Fathudinov R.A.* *Konkurentosposobnost organizatsii v usloviyah krizisa*, M.: «Marketing», 2002g., 892s.
  5. *Pererva P. G.* *ekonomika i marketing virobnichopidpriemniykoyi diyalnosti*: Navch. poibnik / Za red. prof. Perervi P. G., prof. Gavris O. M., prof. Pogorelova M. I. – Harkiv : NTU «HPI», 2004. – 640 s.
  6. *Pererva P. G.* *Strategichne upravlinnya virobnichim potentsialom i pidvishchennya konkurentospromozhnosti pidpriemstva* / D. Kotsiski. P.G.Pererva. A.P.Kosenko // Visnik Natsionalnogo tekhnichnogo universitetu «KhPI».- Kh. :NTU «KhPI».-2010.- Vipusk 62.- S. 137-142.
  7. *Kats A.M.* *Prognozirovaniye konkurentosposobnosti predpriyatiy* // Marketing v Rossii. 2006g.-№4.- с.76.
  8. *Pererva P.G.* *Samomarketing menedzhera i biznesmena*. - Rostov n / D: Feniks. 2003. - 592 s.
  9. *Pererva P.G.* *Trudoustroystvo bez problem (iskusstvo samomarketinga)* / P.G.Pererva.- Kh.: Faktor. 2009.- 480 s.
  10. *Pererva P.G.* *Ekonomika i upravleniye innovatsionnoy deyatelnoyuy*: uchebnik / Pod red. prof. Perervi P.G.. prof. Voronovskogo G.K.. prof. Mekhovicha S.A.. prof. Pogorelova N.I. – Kharkov: NTU «KhPI». 2009. – 1203 s.
  11. *Pererva P.G.* *Viznachennya effektivnosti vikoristannya virobnichogo potentsialu mashinobudivnogo pidpriemstva* [Tekst] / P.G. Pererva. N.M. Poberezhna // Marketing i menedzhment innovatsiy. - 2012. - №2. - S. 191-198.
  12. *Pererva P.G.* *Potrebnost v elektrotehnicheskikh sredstvakh avtomatizatsii. Teoriya i metodyi opredeleniya* / P.G.Pererva.- H.: Osнова, 1991.-141 s.
  13. *Pogorelov I.N.* *Ekonomika i organizatsiya truda* / I.N.Pogorelov. N.I.Pogorelov. P.G.Pererva. A.M.Kolot. S.A.Mekhovich [Monografiya].- Kharkov : Faktor. 2007.- 640s.
  14. *Pogorelov M.I.* *Upravlinnya personalom ta ekonomika pratsi* / M.I.Pogorelov, P.G.Pererva, S.M.Pogorelov, O.P.Koseno ta in. // Navchalnyi posibnik / Za red. prof.Pogorelova M.I., prof.Perervi P.G., dots. Pogorelova S.M., dots. Kosenko O.P. – Kh.: «Shchedra sadiba plus». 2015.- 521s.
  15. *Tovazhnyanskiy V.L.* *Antikrizoviy mekhanizm stalogo rozvutku pidpriemstva* [monografiya] / V.L.Tovazhnyanskiy, P.G.Pererva. L.L.Tovazhnyanskiy. I.V.Gladenko. T.O.Kobeleva. N.P.Tkachova / Za red. prof. P.G.Perervi P.G. ta prof. Tovazhnyanskogo L.L. – Kh.: Virovets A.P.: Apostrof. 2012 – 704 s.
  16. *Tovazhnyanskiy V.L.* *Innovatsiyni tekhnologii v antikrizovomu rozvitku mashinobudivnikh pidpriemstv* / V.L. Tovazhnyanskiy. P.G. Pererva // Marketing i menedzhment innovatsiy. – 2011. – №1. – С. 113-119.
  17. *Upravleniye innovatsionnoy deyatelnoyuy: uchebnoye posobiye*: v 3 ch. Ch. I. Osnovy innovatsionnogo menedzhmenta i ekonomiki innovatsiy / P.G. Pererva, S.N. Glagolev, S.A. Mekhovich i dr.; pod obshch. red. P.G. Perervi, S.N. Glagoleva. – Belgorod; Kharkov: Izd-vo BGTU. 2012. – 545 s.
  18. *Upravleniye innovatsionnoy deyatelnoyuy: uchebnoye posobiye*: v 3 ch. Ch. II. Upravleniye nauchnymi issledovaniyami, marketing i kommersializatsiya innovatsiy / P.G. Pererva, S.N. Glagolev, S.A. Mekhovich i dr.; pod obshch. red. P.G. Perervi, S.N. Glagoleva. – Belgorod; Kharkov: Izd-vo BGTU. 2012. – 426 s.
  19. *Upravleniye innovatsionnoy deyatelnoyuy: uchebnoye posobiye*: v 3 ch. Ch. III. Organizatsiya podgotovki spetsialistov dlya innovatsionnoy ekonomiki / P.G. Pererva, S.N. Glagolev, S.A. Mekhovich i dr. / pod obshch. red. P.G. Perervi, S.N. Glagoleva. – Belgorod; Kharkov: Izd-vo BGTU. 2012. – 454 s.
  20. *Marketing. Menedzhment. Innovatsiyni: monografiya* / S.M.Ilyashenko, P.G.Pererva, O.P.Kosenko ta in. / za red. d.e.n., profesora S.M. Ilyashenka. – Sumy : TOV «Drukarskiy`j dim «Papyrus», 2010. – 621 s.
  21. *Problemy i perspektivy rynkovo-oriyentovanogo upravlinnya innovatsionnym rozvytkom: monografiya* / S.M.Ilyashenko, P.G.Pererva, N.P.Tkachova, O.P.Kosenko ta in. / za red. d.e.n., profesora S.M. Ilyashenka. – Sumy: TOV «Drukarskiy`j dim «Papyrus», 2011. – 644 s.
  22. *Mexanizm upravlinnya potentsialom innovatsionnogo rozvutku promyslovykh pidpriyemstv: monografiya* / Yu.S. Shypulina, S.M.Ilyashenko, P.G.Pererva, O.P.Kosenko ta in.; za red. k.e.n., docenta Yu.S. Shypulinoi. - Sumy: TOV "DD "Papyrus", 2012. - 458 s.

## References (transliterated)

1. *Azoev G.L.* *Konkurentnyie preimushchestva firmy*.- M.: «Novosti», 2000g., 256s.
2. *Pererva P.G.* *Technology transfer* [Text] / P. G. Pererva, G. Kocziszky, D. Szakaly, M. Somosi. — Veres-Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. — 668 p.

Надійшла (received) 20.09.2016

## Бібліографічні описи / Библиографические описания / Bibliographic descriptions

**Формування конкурентних переваг продукції промислових підприємств / Є.В.Ковальов, Т.В.Давидюк, О.І.Колотюк, П.Г.Перерва** // Вісник Національного технічного університету “Харківський політехнічний інститут” (економічні науки). – Х.: НТУ „ХПИ”. - 2016. - № 47(1219).- С. 96-100 . Бібліогр. 22 назв. – ISSN 2519-4461.

**Формирование конкурентных преимуществ продукции промышленных предприятий / Е.В.Ковалев, Т.В.Давидюк, О.И.Колотюк, П.Г.Перерва** // Вестник Национального технического университета “Харьковский политехнический институт” (экономические науки). – Х.: НТУ „ХПИ”. - 2016. - № 47(1219).- С. 96-100 . Библиогр.: 22 названий. – ISSN 2519-4461.

**The formation of competitive advantages of products of industrial enterprises / E.V.Kovalov, T.V.Davydyuk, O.I.Kolotyuk, P.G.Pererva** // Bulletin of National technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" (economic Sciences). – Kharkiv.: NTU "KhPI". - 2016. - № 47(1219).- P. 96-100 . Bibliogr.: 22 names. – ISSN 2519-4461.

## Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

**Ковальов Євген Володимирович** – доктор економічних наук, Харківський національний університет внутрішніх справ, тел.: (067)9725303.

**Ковалев Евгений Владимирович** – доктор економічних наук, Харьковский национальный университет внутренних дел, тел.: (067)9725303.

**Kovalev Evgeniy Vladimirovich** – doctor of economic Sciences, Kharkiv national University of internal Affairs, tel: (067)9725303.

**Давидюк Тетяна Вікторівна** – доктор економічних наук, професор, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», професор кафедри економічного аналізу і обліку; тел.: (057) 707-68-56

**Давидюк Татьяна Викторовна** – доктор економічних наук, професор, Национальный технический университет «Харьковский политехнический институт», профессор кафедры экономического анализа и учета; тел.: (057) 707-68-56

**Davydyuk Tatiana Viktorovna** – doctor of economic Sciences, Professor, National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", Professor of Department of economic analysis and accounting; tel: (057) 707-68-56

**Колотюк Олена Іванівна** – викладач Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»; тел.: (097) 274-26-84; e-mail: kolotuk@rambler.ru.

**Колотюк Елена Ивановна** – преподаватель Национальный технический университет «Харьковский политехнический институт»; тел.: (097) 274-26-84; e-mail: kolotuk@rambler.ru.

**Kolotiuk Olena Ivanivna** - lecturer Natsionalny tehnichny universitet "Harkivsky politehnichny institut"; tel.: (097) 274-26-84; e mail: kolotuk@rambler.ru.

**Перерва Петро Григорович** – доктор економічних наук, професор, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», декан економічного факультету; тел.: (067) 940-16-81; e-mail: pgpererva@gmail.com

**Перерва Петр Григорьевич** – доктор економічних наук, професор, Национальный технический университет «Харьковский политехнический институт», декан экономического факультета; тел.: (067) 940-16-81; Электронная почта: pgpererva@gmail.com

**Pererva Petro Grygorovych** - doctor of economic Sciences, Professor, National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", Dean of the economic faculty; tel. (067) 940-16-81; e-mail: pgpererva@gmail.com