

3. Токмакова І.В. Перспективи розвитку транспортно-логістичного бізнесу в Україні/ І.В. Токмакова// Вісник економіки транспорту і промисловості: збір. наук. праць. – Харків: УкрДАЗТ. - 2011. - № 34. - С. 274-277.
4. Мінакова С.М. Обґрунтування концептуальних засад розвитку логістичних транспортних систем в умовах глобалізації/ С.М. Мінакова// Науковий вісник Миколаївського національного університету ім. В.О. Сухомлинського «Глобальні та національні проблеми економіки».- 2014. Вим.2. – С. 844-847.
5. Войчак А. В. Дослідження сучасних концепцій маркетингу та маркетингового менеджменту / А.В. Войчак, В.М. Мумейко//Маркетинг в Україні.- 200-.№4. – С. 52-55.
6. Пархаєва Н. В. Інноваційне підґрунтя логістичних процесів сучасних товаропровідних систем / Н.В. Пархаєва// Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. – 2009. – Вип. 1(2). – С. 262-267.
7. Сухорукова Т. Г. Характеристика класифікаційних ознак транспортної логістики /Т.Г. Сухорукова, І.Л. Назаренко// Вісник економіки транспорту і промисловості: збір. наук. праць. – Харків, УкрДАЗТ. – 2014. – Вип. 47. – С. 51-57.
8. Каличева Н.Є. Принципи взаємодії виробничого і транспортного комплексу в логістичній системі/ Н.Є. Каличева// Науковий огляд. Науковий журнал. – Київ, ТОВ «Меганом», 2014. – Вип. 7 (8). - С. 5 – 10.
9. Дыбская В. В. Логистика: полный курс МВА / В. В. Дыбская, Е. И. Зайцев, В. И. Сергеев, А. Н. Стерлигова; под. ред. В. И. Сергеева. – М. : Эксмо, 2013. – 944 с.
10. Каличева Н.Є. Особливості транспортного комплексу України та підходи до його реформування / Н.Є. Каличева, О.М. Золотарьов // Вісник економіки транспорту і промисловості: зб. наук. праць. – Харків: УкрДАЗТ. - 2006. - № 15-16. - С. 143-145.
11. Денисенко М.П. Організація та проектування логістичних систем: підручник / За ред. проф. Денисенко М.П. і ін. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 336 с.
12. Каличева Н.Є. Шляхи оптимізації кооперації елементів логістичної системи/ Н.Є. Каличева// Збірник наукових праць за матеріалами XI Міжнародної наукової Інтернет конференції 15-17 листопада 2014 р. – Київ, ТОВ «Меганом», 2014. – С. 28 – 32.

УДК 331.108:005.334

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ ФІНАНСОВОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Полупан П. М., аспірант (УІПА)

У статті удосконалено теоретичні основи формування конкурентної стратегії фінансового розвитку. В умовах мінливого конкурентного середовища ключовою метою діяльності підприємства є забезпечення на належному рівні та постійного підвищення рівня конкурентоспроможності стратегій економічного розвитку. Завдяки підтриманню конкурентних переваг, ведення прозорої конкурентної боротьби, задоволення різноманітних мінливих потреб споживачів краще, ніж це роблять конкуренти. Активізація фінансової діяльності на рівні підприємств

повинна супроводжуватися реформуванням, визначеною адаптацією існуючих організаційно-економічних механізмів і формуванням на їх основі механізмів, які безпосередньо пов'язані з підвищенням ефективності фінансового розвитку. Зроблено висновок, що досягнення довготривалого стратегічного й тактичного успіху в питаннях управління діяльністю машинобудівного підприємства необхідно здійснювати їх в усіх сферах та за всіма аспектами його розвитку.

Ключові слова: *стратегія, формування, фінансовий розвиток, конкурентне середовище, позиція, стратегія, тактика.*

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ ФИНАНСОВОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Полупан П. Н., аспирант (УИПА)

В статье усовершенствованы теоретические основы формирования конкурентной стратегии финансового развития. В условиях быстро меняющейся конкурентной среды ключевой целью деятельности предприятия является обеспечение на должном уровне и постоянного повышения уровня конкурентоспособности стратегий экономического развития. Благодаря поддержанию конкурентных преимуществ, ведение прозрачной конкурентной борьбы, удовлетворения разнообразных меняющихся потребностей потребителей лучше, чем это делают конкуренты. Активизация финансовой деятельности на уровне предприятий должна сопровождаться реформированием, определенной адаптацией существующих организационно-экономических механизмов и формированием на их основе механизмов, которые непосредственно связаны с повышением эффективности финансового развития. Сделан вывод, что достижение долговременного стратегического и тактического успеха в вопросах управления деятельностью машиностроительного предприятия необходимо осуществлять их во всех областях и по всем аспектам его развития.

Ключевые слова: *стратегия, формирование, финансовое развитие, конкурентная среда, позиция, стратегия, тактика.*

THEORETICAL BASES OF FORMATION OF COMPETITIVE STRATEGY OF FINANCIAL DEVELOPMENT OF ENTERPRISE

Polupan P. M., graduate student (UIPA)

In the article improved the theoretical bases of formation of competitive strategy of financial development. In a rapidly changing competitive environment the key purpose of the enterprise is providing the proper level and continuously improve the level of competitiveness of economic development strategies. By maintaining competitive advantages, conducting a transparent competition and meet the diverse evolving needs of customers better than do competitors. Activation of financial activities at the enterprise level must be accompanied by reform, a certain adaptation of existing organizational and economic mechanisms and formation on their basis of mechanisms that are directly related to improving the effectiveness of financial development. It is concluded that achieving long-term strategic and tactical

success in managing the activities of engineering enterprises have to put them in all fields and on all aspects of its development.

Keywords: *strategy formation, financial development, competitive environment, position, strategy, tactics.*

Постановка проблеми. Сучасні умови розвитку ринкової економіки вимагають підвищення уваги до проблем формування стратегій розвитку вітчизняних промислових підприємств, базуючись, перш за все, на системі ефективного впровадження інновацій для залучення максимально можливих інвестицій, що, в свою чергу, прямо пропорційно впливає на підвищення конкурентоспроможності прийнятих стратегій відповідно до позицій конкурентів.

В умовах мінливого конкурентного середовища ключовою метою діяльності підприємства є забезпечення на належному рівні та постійного підвищення рівня конкурентоспроможності стратегій економічного розвитку. Це зумовлено тим, що економічна стратегія являє собою поєднання економічного та стратегічного аспектів управління підприємством, визначає довгострокову перспективу реалізації цілей, завдань та отримання показників ступеня їх досягнення. Оцінка економічної конкурентної стратегії передбачає оцінку потенціалу підприємства та розробку методів аналізу конкурентоспроможності і її вимірювання, що дозволить управляти її рівнем та проводити порівняння з підприємствами-конкурентами.

У зв'язку з цим, актуальним постає питання формування конкурентної стратегії фінансового розвитку. Однак, для ефективного впровадження зазначеної стратегії до практичного використання у діяльності підприємств, необхідно розробити метод оцінки її ефективності, що на сьогодні не

знайшло значного відображення у працях відомих вчених-економістів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням оцінки конкурентної позиції, розробки і впровадженню конкурентної стратегії підприємства, присвячено роботи багатьох вітчизняних та іноземних учених, серед яких слід виділити І. Ансоффа [1], Г. Азоєва [2, 3], І. Бузько [4], Є. Голубкова [5], В. Гриньову [6], В. Диканя [7], Ю. Іванова [8, 9], Ж. Ламбена [10], Ф. Котлера [11], В. Пономаренка [12], В. Прохорову [13, 14, 15], М. Портера [16, 17, 18, 19], Є. Сахно [20], І. Отенко [21], В. Проценко [22] та ін.

Постановка мети. Розробка та впровадження ефективних конкурентних стратегій надають можливість підприємствам займати лідируючі позиції на ринку та визначати шляхи досягнення перемоги в конкурентній боротьбі.

Виклад основного матеріалу. Для того, щоб підприємство змогло «вижити» та «існувати» в сучасному ринковому середовищі, воно повинно мати конкурентні переваги, вести прозору конкурентну боротьбу, задовольняти різноманітні мінливі потреби споживачів краще, ніж це роблять конкуренти.

Розглянемо сучасні конкурентні стратегії підприємства [23]:

1) **управління змінами** (успіх і довготривале процвітання залежить від можливостей підприємства, а також творчого і підприємницького потенціалу людини адаптуватися до різних і постійно мінливих умов, успішні підприємства розпізнають такі зміни, а дуже успішні їх очікують);

2) **стратегія швидкої реакції** (швидкість є значною конкурентною перевагою, яка досягається шляхом бистроти: мислення; прийняття рішень; виходу на ринок та перетворенні цього на норму);

3) **стратегії диференціації** (гіперконкуренція є однією з характеристик нової економіки. А вибір між багатьма варіантами завжди базується на різниці, явній або неявній, і підприємство має диференціюватися, щоб надати покупцеві причину обрати саме його продукцію або послугу);

4) **венчурні стратегії і венчурне управління** (радикальний зріст, що включає внутрішні інвестиції в радикальні інновації, а саме, розробку нових продуктів і послуг, створення нового бізнесу і венчурне інвестування у зовнішні джерела нових технологій і нові ринки);

5) **стратегічне досягнення результативності** (на зміну застарілому стратегічному плануванню прийшло більш динамічне стратегічне мислення, що відіграє ключову роль в ефективному використанні функціональних досягнень. Щоб надати можливість функціональним спеціалістам внести найбільший вклад, керівники мають дивитися на свої функції ширше і розуміти, як вони інтегруються у систему організаційних процесів і, а саме у конкурентну стратегію);

6) **стратегічні альянси** (створення розширеного підприємства і, зокрема, стратегічних альянсів дозволяє фокусуватися на своїх стрижневих компетенціях, тобто на тому, що підприємство робить найкраще, і помножувати їх на стрижневі компетенції своїх стратегічних партнерів);

7) **командна робота і коучинг** (швидке зміщення фокуса з об'єкта (консалтинг) на покращення суб'єкта діяльності (коучинг), тобто на людину –

розвиток людських ресурсів, причому не тільки шляхом періодичних тренінгів, а в основному шляхом постійного коучингу і стимулювання безперервного самонавчання. Головною є командна діяльність, що створює синергію);

8) **синергічне управління бізнесом** (синергія - це вигода, отримана від комбінування двох і більше елементів, таким чином, що продуктивність цієї комбінації вища, ніж сума її окремих елементів. Системне інтегрування різноманітних бізнес-функцій і балансування критичних протилежностей з метою пошуку бізнес-синергії стало основним двигуном прогресу в сучасному бізнесі);

9) **системне управління бізнес-процесами** (сучасний системний підхід до управління процесами допомагає співробітникам підприємства позбутися застарілого функціонального менталітету і перетворити підприємство в єдиний живий організм, орієнтований на створення максимальної цінності для покупця і усіх учасників бізнесу. Підприємство, яке безперервно практикує самовдосконалення, спроможне одночасно вводити інновації в усіх напрямках бізнесу: стратегії, створення нових продуктів, технологій, організаційних форм і методів управління взаємовідносин з покупцями);

10) **системні інновації** (вихід на ринок з інноваційними товарами і послугами швидше за конкурентів, для цього підприємству необхідно створити ефективну систему управління інноваціями);

11) **підприємницька творчість** (лідер – має бути не просто підприємцем і створювати нові цінності для покупця, а й постійно генерувати і реалізовувати нестандартні творчі рішення для вирішення несподіваних проблем);

12) **стратегія ментального айкідо** (ментальне айкідо - це стратегічно взаємопов'язані прийоми: **пряма атака в бізнесі** (цінова конкуренція, захоплення ринку, схожа реклама, агресивна стратегія виходу на ринок, стратегія імітації), **кругова атака в бізнесі** (нова інфраструктура і товар, креативна стратегія виходу на ринок, зміни в позиціюванні, лобювання інтересів, перехват партнерів) [24].

В сучасних умовах розвитку ринкового середовища з позиції підвищення уваги на стратегічну орієнтованість розвитку суб'єктів господарювання, виникає необхідність конкретизації значення конкурентної стратегії. Конкурентна стратегія – це спосіб отримання стійких конкурентних переваг в кожній структурній одиниці підприємства шляхом конкурентної боротьби, задоволення різноманітних і мінливих вимог ринкового середовища. Необхідно зазначити, що оцінка є досить важливим етапом процесу формування конкурентної стратегії. Вона ґрунтується на доволі вичерпній інформації й полягає у визначенні можливих наслідків реалізації обраної стратегії.

У загальному випадку, на підприємстві може бути розроблено та реалізовано чотири основних типи конкурентної стратегії на засадах інноваційно-спрямованого інвестування:

1) стратегія концентрованого зростання (посилення позицій на ринку, стратегія розвитку ринку, стратегія розвитку продукту);

2) стратегія інтегрованого зростання (зворотня вертикальна інтеграція);

3) стратегія диверсифікаційного зростання (центрована диверсифікація, горизонтальна диверсифікація);

4) стратегія скорочення (стратегія ліквідації, стратегія «збору

врожаю», стратегія скорочення, стратегія скорочення витрат).

Формування конкурентної стратегії фінансового розвитку включає загальні принципи, на основі яких керівники підприємства можуть приймати взаємопов'язані рішення, покликані забезпечити координоване і впорядковане досягнення цілей у довгостроковому періоді.

Вибір конкурентної стратегії фінансового розвитку підприємства відповідно до ринкової ситуації пов'язаний з оцінюванням її переваг і ризиків, аналізом відповідності до ситуації на ринку, а також рівня організації виробництва на підприємстві та управління ним.

При виборі базової конкурентної стратегії фінансового розвитку виходять з того, наскільки вона ефективна до стимулювання адаптації можливостей підприємства відповідно до конкретних ринкових умов.

Доречно зауважити, що активізація фінансової діяльності на рівні підприємств повинна супроводжуватися реформуванням, визначеною адаптацією існуючих організаційно-економічних механізмів і формуванням на їх основі механізмів, які безпосередньо пов'язані з підвищенням ефективності фінансового розвитку.

Необхідність переведення підприємств на інноваційний тип відтворення є визначальним моментом в здатності країни до переходу до стійкого економічного зростання. Інноваційний розвиток важливий як фактор інноваційного процесу, який є органічною компонентою процесів суспільного та індивідуального відтворення.

Формування стратегії фінансового розвитку підприємств дозволяє розробляти конкретні дії й прийоми, за допомогою яких підприємства можуть реально домогтися поставлених цілей.

Перетворити цілі в досягнутий результат допомагає правильно обрана конкурентна стратегія. Важливе місце в розробці індивідуальної конкурентної стратегії підприємств, займає аналіз варіантів рішень стратегій. Формування конкурентної стратегії підприємства в літературі представлені по-різному: автори виділяють ряд етапів, які відрізняються рівнем деталізації, складністю підприємства й характером самого напрямку розвитку [25].

До основних етапів розробки конкурентної стратегії підприємства відносяться: визначення й аналіз поточної стратегії; діагностика зовнішнього й внутрішнього середовища; виявлення проблем розвитку й формулювання цілей підприємства; стратегічний вибір; оцінка обраної стратегії.

Загальна оцінка діяльності машинобудівних підприємств дозволяє зробити висновок, що їх більшість знаходиться на стадії спаду своєї діяльності. Про це свідчить низька рентабельність виробництва підприємств, низький обсяг продаж, великий обсяг поточних зобов'язань. Саме тому, конкурентну стратегію необхідно розробляти у розрізі кризового становища підприємств. Ця стратегія повинна стабілізувати діяльність підприємств та поліпшити їх фінансове становище за умови інноваційно-спрямованого інвестування.

Керівництву підприємств треба постійно балансувати між коротко- та довгостроковими ефектами використання інноваційно-інвестиційних ресурсів, тому певні протиріччя спостерігаються і в стандартних фінансових цілях та конкурентних стратегіях: збільшення внутрішньої вартості капіталу; досягнення високих темпів зростання доходів; оптимізація співвідношення власного та позичкового капіталу; вдосконалення структури

капіталу підприємств (співвідношення між основним та оборотним капіталом).

Таким чином, першочергові заходи з підвищення конкурентоспроможності та розвитку виробництва машинобудівних підприємств, складаються з наступних напрямків: розвиток виробничих потужностей виробництва, що діє; підготовка і навчання кадрів; модернізація і реконструкція виробництва, що діє; придбання нового устаткування і складання плану з капітального ремонту і модернізації встановленого устаткування; капітальне будівництво; ремонт будівель, конструкцій, ряд робіт з забезпечення побутових умов робітників, що вплине у подальшому на продуктивність праці; в умовах нестабільності зовнішньої середовища необхідне гнучкіше, швидше реагування підприємства на зміни. Для того, щоб машинобудівні підприємства мали можливість досягти успіхів і визнання на ринку, необхідно упроваджувати в практику найбільш передові, інноваційно-прогресивні методи роботи.

Конкурентна стратегія націлює на економію всіх видів організаційних, економічних, виробничих, інноваційних, інвестиційних, маркетингових та інших видів діяльності, на максимальне підвищення вартості машинобудівних підприємств.

Стратегія та тактика діяльності застосовуються практично всіма ефективно функціонуючими машинобудівними підприємствами в країнах із розвинутою ринковою економікою та поступово стають невід'ємним елементом систем планування діяльності і вітчизняних машинобудівних підприємств. Вони набувають важливого значення у зв'язку з технологічними, економічними, конкурентними і соціально-культурними змінами, характерними для останніх десятиліть.

Конкурентна стратегія фінансового розвитку машинобудівних підприємств формується на тривалий період і орієнтується на майбутнє з поетапним процесом її реалізації. Конкурентна стратегія встановлює напрямок діяльності машинобудівних підприємств: зростання; стабілізація; скорочення або комбінація варіантів; спрямування фінансових і трудових ресурсів; визначення типу конкурентної переваги.

Після формування стратегії й тактики управління діяльністю машинобудівного підприємства потрібно оцінити, чи приведуть вони до досягнення цілей.

Висновки. Для досягнення довготривалого стратегічного й тактичного успіху в питаннях управління діяльністю машинобудівного підприємства необхідно здійснювати їх в усіх сферах та за всіма аспектами його розвитку.

Впроваджувати конкурентну стратегію, пов'язану із фінансовим розвитком, необхідно таким чином: дослідити ринок конкурентів; провести аналіз наявного конкурентного стану машинобудівного підприємства; оцінити наявний конкурентний стан машинобудівного підприємства; виявити резерви підвищення конкурентний стан машинобудівного підприємства; розробити конкурентну стратегію на засадах інноваційно-спрямованого інвестування на машинобудівному підприємстві; сформулювати та прийняти управлінське рішення щодо інноваційно-спрямованого інвестування; вибрати альтернативні варіанти управлінських рішень для забезпечення оптимального варіанту інноваційно-спрямованого інвестування на машинобудівному підприємстві; реалізувати конкурентну стратегію щодо.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ансофф І. Стратегическое управление / И. Ансофф. – М : Экономика, 1989. – 519 с.
2. Азоев Г. Л. Бенчмаркинг: позиционирование авиакомпаний на московском рынке авиабилетов / Г. Л. Азоев, Е. В. Батулин // Маркетинг и маркетинговые исследования в России – М., 2000. – №1 – С. 5-7.
3. Азоев Г. Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г. Л. Азоев, А. П. Челенков. – М. : НОВОСТИ, 2000. – 256 с.
4. Бузько І. Р. Стратегічне управління інвестиціями та інноваційна діяльність підприємства : моногр. / І. Р. Бузько, О. В. Вартанова, Г. О. Голубенко. – Луганськ : Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2002. – 176 с.
5. Голубков Е. П. Маркетинг: словник-довідник / Е. П. Голубков. - М.: Справа, 2001. - 440 с.
6. Гриньова В. М. Процес підготовки реструктуризації підприємств машинобудування: організація управління : моногр. / В.М. Гриньова, М.В. Новікова. – Харків : ХНЕУ, 2010. – 239 с.
7. Дикань В. Л. Забезпечення конкурентостійкості підприємства: моногр. / В. Л. Дикань. – Х. : Основа, 1995. – 195 с.
8. Иванов Ю. Б. Конкурентні переваги підприємства: оцінка, формування та розвиток : моногр. / Ю. Б. Иванов, П. А. Орлов, О. Ю. Иванова ; [НАН України; Науково-дослідний центр індустріальних проблем розвитку]. — Х. : ІНЖЕК, 2008. — 352 с.
9. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. Стратегический и операционный маркетинг / Жан-Жак Ламбен; пер. с англ. под ред. В.Б. Колчанова. - Санкт-Петербург : Питер, 2007. – 800 с.

10. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер; пер. с англ. – М.: Ростинтэр, 1996. – 704 с.
11. Пономаренко В. С. Стратегічне управління підприємством: моногр. / В. С. Пономаренко— Харків: Основа, 1999. — 620 с.
12. Прохорова В. В. Управління потенціалом конкурентоспроможності підприємств на засадах контролінгу : моногр. / В. В. Прохорова, В. І. Чобіток. – Х. : НТМТ, 2012. – 248 с.
13. Прохорова В. В. Формування системи управління конкурентною стійкістю машинобудівного підприємства / В. В. Прохорова, С. П. Кобець // Збірник наукових праць Донецького державного університету управління. Серія : Економіка. Том XIV, вип. 266. – 2013. – С. 194–201.
14. Прохорова В. В. Методичний підхід щодо оцінки складових конкурентоспроможності машинобудівних підприємств на засадах інноваційно-спрямованого інвестування / В. В. Прохорова, В. М. Проценко // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики. – Х.: ХАІ, 2014. – № 5 (29). – С. 4–11.
15. Портер М. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов / М Портер; пер. с англ. И. Минервина. – М. : Альпина Паблшер, 2011. – 454 с.
16. Портер М. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / М. Портер; пер. с англ. Е. Калинина. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 715 с.
17. Портер М. Стратегія конкуренції: методика аналізу галузей і діяльності конкурентів / М. Портер; пер. з англ. К. Олійника, Р. Скільського. – К. : Основи, 1997. – 390 с.
18. Портер М. Международная конкуренция. / [под ред. В. Д. Щегина]. – М.: Международные отношения, 1993. – 896 с.
19. Портер М. Конкуренция / М. Портер; пер. с англ. О.Л. Пелявский, А.П. Уриханян, Е.Л. Усенко, И.А. Шишкина. – М. : Вильямс, 2005. – 608 с.
20. Сахно Є. Ю. Системні аспекти управління інноваційно-інвестиційними проектами стратегічного розвитку підприємства : монографія для наукових та промислових організацій і вищих навч. закл. освіти / Є. Ю. Сахно, М. С. Дорош, А. В. Ребенок — Чернігів : Чернігівський держ. ін-т економіки і управління, 2008. — 260 с.
21. Отенко И. П. Стратегическое управление потенциалом предприятия : моногр. / И. П. Отенко – Харьков: ХНЭУ, 2006. – 256 с.
22. Проценко В. М. Інноваційно-спрямоване інвестування машинобудівних підприємств: аналітичний аспект: колективна моногр. [за ред. Прохорової В.В. / В. М. Проценко // Сучасна економіка: актуальні проблеми та перспективи розвитку : – Х. : «НТМТ», 2014. – С. 59–64.
23. Фатхутдинов Р. А. Управление конкурентоспособностью организации / Р. А. Фатхутдинов. – М. : Эксмо, 2005. – 544 с.
24. Портер М. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / М. Портер; пер. с англ. Е. Калинина. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. – 715 с.
25. Василенко В. О. Стратегічне управління підприємством: навч. посіб. / В. О. Василенко, Т. І. Ткаченко. – К. : Центр навч. л-ри, 2004. – 400 с.