

**Людмила Олексіївна ЗАЙЦЕВА**

аспірантка кафедри економічної теорії та прикладної статистики,  
ДВНЗ «Луганський національний університет ім. Тараса Шевченка»  
E-mail: lyudmila123654@mail.ru

## **АНАЛІЗ СУЧАСНИХ МЕТОДІВ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Зайцева, Л. О. Аналіз сучасних методів оцінки конкурентоспроможності підприємства [Текст] / Людмила Олексіївна Зайцева // Економічний аналіз : зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол.: С. І. Шкарабан (голов. ред.) та ін. –Тернопіль : Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету “Економічна думка”, 2013. – Том 14. – № 3. – С. 12-17. – ISSN 1993-0259.

### **Анотація**

*Достовірною оцінкою можливостей підприємства дозволяє розробити вдалу конкурентну стратегію і визначити становище підприємства на ринку. Досягнення цієї мети можливо лише при проведенні оперативної і об'єктивної оцінки конкурентоспроможності. Сьогодні у науковій літературі репрезентовано велику кількість методик. Але нині відсутня загальноприйнята методика оцінки конкурентоспроможності підприємства, що була б визнана фахівцями-теоретиками та бізнесменами-практиками абсолютно задовільною. Отже, в статті розглянуто різні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства, що спрямовані на поліпшення позиції підприємства на ринку. Визначено показники його діяльності для оцінки його конкурентоспроможності. Аналіз методів довів, що найбільш ефективним буде одночасне застосування різних методик, результати яких доповнюють одна одну та дозволяють отримати найбільш повне уявлення про рівень конкурентоспроможності підприємства.*

**Ключові слова:** методи оцінки конкурентоспроможності підприємства; потенціал підприємства; показники діяльності підприємства; суб'єкти оцінки; підприємства-конкуренти.

**Людмила Алексеевна ЗАЙЦЕВА**

## **АНАЛИЗ СОВРЕМЕННЫХ МЕТОДОВ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ**

### **Аннотация**

*Достоверная оценка возможностей предприятия позволяет разработать успешную конкурентную стратегию и определить положение предприятия на рынке. Достижение этой цели возможно лишь при проведении оперативной и объективной оценки конкурентоспособности. Сейчас в научной литературе представлено большое количество методик. Но ныне отсутствует общепринятая методика оценки конкурентоспособности предприятия, которая была бы признана специалистами-теоретиками и бизнесменами-практиками абсолютно удовлетворительной. Итак, в статье рассмотрены различные подходы к оценке конкурентоспособности предприятия, направленные на улучшение позиции предприятия на рынке. Определены показатели деятельности предприятия для оценки его конкурентоспособности. Анализ методов показал, что наиболее эффективным будет одновременное применение различных методик, результаты которых дополняют друг друга и позволяют получить наиболее полное представление об уровне конкурентоспособности предприятия.*

**Ключевые слова:** методы оценки конкурентоспособности предприятия; потенциал предприятия; показатели деятельности предприятия; субъекты оценки; предприятия-конкуренты.

## **ANALYSIS OF MODERN METHODS OF ASSESSMENT OF ENTERPRISES COMPETITIVENESS**

### **Abstract**

*Accurate assessment of business opportunities can help to develop a successful competitive strategy and determine the position of the enterprise on the market. Achievement of this goal is possible due to the operational and objective assessment of competitiveness. Nowadays, the scientific literature is represented by a large number of methods. But there is no generally accepted method of assessing the competitiveness of enterprises that would have been recognized by specialists-theorists and business practitioners as a completely satisfactory one. Thus, the article considers different approaches to assessing the competitiveness of enterprises aimed at improving the position of the company on the market. The parameters of the activity of the enterprise to assess its competitiveness are determined. Analysis of the methods has proved that simultaneous use of different methods is the most efficient. Their results complement each other and allow to get the most complete picture of the level of competitiveness.*

**Keywords:** *methods for assessing the competitiveness of enterprises; potential of the enterprise; enterprise performance; subjects of estimation; companies and competitors.*

### **JEL classification: C13, C82, M41**

Швидкі зміни зовнішнього середовища стимулюють підприємства до впровадження нових методів, систем і підходів до управління конкурентоспроможністю. Сьогодні для успішного функціонування будь-якого підприємства на ринку, оцінка його конкурентоспроможності є об'єктивною необхідністю. Як процес виявлення сильних і слабких місць підприємства, вона дає можливість максимального удосконалення його діяльності та виявлення його прихованих потенційних можливостей.

На проблему оцінки конкурентоспроможності підприємства останнім часом звертається значна увага з боку як зарубіжних, так і вітчизняних дослідників. Теоретичним і практичним питанням оцінки конкурентоспроможності підприємства присвячені дослідження вчених, таких, як Жовновач Р., Мартиненко В., Міняйленко І., Нурмаганбетов К., Поклонский Ф., Фатхутдинов Р. та ін.

У роботах, де розглядається оцінка конкурентоспроможності підприємства, використовується величезна кількість розрахункових і розрахунково-графічних методів. Кожен з них має свої особливості: авторами-науковцями обґрунтовується ефективність застосування цих підходів для розрахунку показників конкурентоспроможності, необхідність обліку тих або інших чинників для оцінки. Ці особливості обумовлені специфікою підприємств і галузей, на прикладі яких проходить апробація пропонованих методик.

Але переважна більшість методів ґрунтується:

- на виявленні невичерпного переліку чинників, що визначають конкурентоспроможність підприємства;
- для оцінки виявлених дослідниками чинників

конкурентоспроможності використовуються приблизні оцінки, «експертні методи», яким притаманні суб'єктивність та і умовність;

- низка методик при оцінці конкурентоспроможності підприємств ґрунтується на дуже складних побудовах, що ідеалізуються, вводяться нові для економічної науки визначення і показники, будуються різні матриці, нові системи координат. Логічна обґрунтованість використовуваних теоретичних моделей, з точки зору теорії, не викликає сумніву, але у конкретних економічних умовах функціонування підприємства ці моделі виглядають надто абстрактними;

- простежується зведення різних за природою техніко-економічних показників у єдиний показник конкурентоспроможності підприємства, що є недоцільним. Так більшість економічних чинників у кожній конкретній економічній ситуації, що визначаються на підприємствах різноманітних галузей економіки, по-різному впливають на їх конкурентоспроможність [2, с. 70].

Таким чином, слід зауважити, що проблема оцінки конкурентоспроможності підприємства досліджена недостатньо: зокрема потребує подальшого уточнення та обґрунтованого використання показників, які розкривають галузеві особливості конкурентоспроможності підприємства та відповідають конкурентам підприємства присутнім на досліджуваному ринку, з метою вирівнювання умов їх суперництва.

У зв'язку з цим важливим завданням є аналіз сучасних методик: з метою їх систематизації і виявлення таких, що допоможуть у короткі терміни з визначенням рівня

конкурентоспроможності підприємства з найменшою погрішністю результатів оцінки та витрат на їх отримання.

Оцінка конкурентоспроможності підприємства передбачає розрахунок комплексу показників, які характеризують різні аспекти діяльності підприємства, показують результати та реальні можливості всіх структурних підрозділів підприємства, здатність швидко реагувати на зовнішні зміни, за рахунок аналізу сильних і слабких сторін, які формують його конкурентоспроможність у ринковому середовищі.

Цей комплекс оцінки може складатися з наступних показників: потреба у капіталовкладеннях фактичних та на перспективу, у тому числі за окремими видами продукції і конкретними ринками; асортимент конкурентоспроможної продукції, її обсяги та вартість; набір ринків або їх сегментів для кожного продукту; потреба у засобах на формування попиту та стимулювання збуту; перелік заходів та засобів, якими підприємство може забезпечити собі перевагу на ринку; створення заохочуваного уявлення про підприємство у споживачів, виготовлення високоякісної продукції, постійне оновлення асортименту продукції на основі власних розробок та винаходів, які забезпечені патентним захистом, добропорядне та чесне виконання зобов'язань за угодами стосовно терміну постачання товарів і послуг [13, с. 152].

Розгляд перерахованих показників потребує детального вивчення конкурентоспроможності продукції, що виготовляє підприємство, його потенціалу (фінансового, виробничого, трудового, інноваційного тощо), організаційно-управлінських можливостей, маркетингу, ринкової активності підприємства та впливу діяльності суб'єктів оцінки. До суб'єктів належать: підприємства-конкуренти, підприємства-споживачі (переробники сировини), інвестори або власники та держава.

Розрахунок показників оцінки конкурентоспроможності підприємства повинен здійснюватися за принципами: системності, комплексності, об'єктивності, оптимальності, науковості, динамічності, безперервності, порівнюваності, ефективності дослідження, інформаційного забезпечення. Дотримання в комплексі зазначених принципів дозволить досягти поставлених цілей та здобути максимально точну оцінку конкурентоспроможності підприємства при застосуванні найбільш оптимального методу, прийняттого для підприємства [3].

При виборі методу оцінки конкурентоспроможності підприємства треба враховувати можливість – за короткий час та з найменшими витратами отримати повну і достовірну інформацію, яка дозволить з

мінімальною погрішністю об'єктивно, кількісно і якісно оцінити формування та управління конкурентними перевагами підприємства і їх потенціалом.

За результатами дослідження робіт сучасних науковців щодо питання оцінки конкурентоспроможності підприємства слід зазначити наступне:

Так деякі науковці, серед них Рибницький Д., Городня Т., Львівська К. [11], Поклонский Ф., Мамченко Е. [10], у своїх методиках як один з головних чинників використовують конкурентоспроможність продукції, що виробляється цим підприємством, оскільки продукція є своєрідним дзеркалом, що відбиває підсумки роботи усього підприємства, усіх його підрозділів і служб. Таким чином, продукція підприємства визначає його успіх, а отже, і його конкурентоспроможність.

Науковці Безугла В. [1], Куманецький С. [4] оцінку рівня конкурентоспроможності підприємства пропонують проводити за комплексною методикою, що базується на взаємозв'язку значення потенціалу підприємства та продукції, що воно виготовляє.

Більшість науковців, серед яких Бородін А., Ваганова Л., Дибач І., Есмагулова Н., Жовновач Р., Мамченко Е., Мартиненко В., Нурмаганбетов К., Парсяк В., Поклонский Ф., Тереніна Н., Фатхутдінов Р., Хрущ Н., та інші, при виборі методу оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства дотримуються думки, що вона залежить від розрахунку та аналізу показників потенціалу (ресурсів) підприємства. Саме потенціал характеризує його можливості при здійсненні поточної діяльності, але кожен автор з зазначених виділяє свої особливості при здійсненні оцінки.

Так науковці Хрущ Н., Ваганова Л. [14] пропонують три підходи до побудови показників конкурентоспроможності з метою її оцінки. По-перше, отримання прогностичних показників роботи підприємства в результаті економіко-математичного моделювання його діяльності – тобто оцінювання майбутньої діяльності; по-друге, оцінка конкурентоспроможності на основі фактичних даних діяльності підприємства в минулому – тобто оцінка минулих подій; а третє – реалізація технологічно допустимих потенційних можливостей підприємства, що дозволяє оцінити його сучасний стан. Але найбільш ефективною та поширеною є комбінація другого і третього підходів, тобто побудова показників конкурентоспроможності на основі ознак минулої фактичної діяльності підприємства з застосуванням характеристик його потенційних сучасних можливостей (потенціалів).

Бородін А., Тереніна Н., Фатхутдінов Р. застосовують метод рейтингових оцінок при визначенні конкурентоспроможності

підприємства, коли аналізують використання потенціалу підприємства для здійснення виробничо-господарської діяльності підприємства.

Так Бородін А., Тереніна Н. [2] вважають, що найвлучнішим підходом до оцінки конкурентоспроможності підприємства є метод рейтингових оцінок, що будується на використанні первинної та вторинної інформації. Розподіл продукції між постачальниками і споживачами, рекламними агентствами, персоналом фірм-конкурентів, спеціальними аналітичними службами – це інформація, що є первинною. Основними джерелами вторинної інформації є звіти про виробничо-господарську діяльність, статистичні збірки, думки споживачів про характеристику продукції. На основі отриманої інформації складається рейтинг досліджуваного підприємства [2, с. 70].

Фатхутдінов Р. [12] при оцінці конкурентоспроможності підприємства акцентує увагу на виявленні його ключових факторів успіху, при виконанні послідовних етапів, що дозволяють скласти рейтинг.

Оскільки конкурентоспроможність визначається успіхами, досягнутими у виробництві, маркетингу та менеджменті, то за допомогою послідовного парного порівняння всіх відомих узагальнюючих показників, які застосовуються під час планування, обліку, складання звітності та після отримання фінансового результату господарської діяльності підприємства, Парсяк В., Дибач І. [8] пропонують виокремлювати три найважливіших, що є ключовими в зазначених сферах: собівартість виготовленої продукції (щодо виробництва), обсяг збуту продукції (щодо маркетингу), прибуток (щодо менеджменту). Оцінка та аналіз отриманих по них значень у результаті діяльності підприємства дає змогу визначити резерви підвищення конкурентоспроможності підприємства [8, с. 59].

Нурмаганбетов К., Есмагулова Н. [7] для оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства пропонують використовувати узагальнений показник, що складається з базових, зведених до єдиної оцінки. У якості базових показників можуть виступати: думки експертів; середньогалузеві показники; показники конкуруючого підприємства або лідера на ринку; показники оцінюваного підприємства за минулі періоди.

Поклонский Ф., Мамченко Е. [10] виділяють прикладні методи, які забезпечують поетапне дослідження потенціалу підприємства шляхом порівняльної оцінки найбільш важливих складових діяльності підприємства: конкурентоспроможності техніко-технологічної бази, продукції, системи управління, але ці методи побудовані на твердженні, що конкурентоспроможність продукції є найбільш

важливою складовою [10, с. 124].

Жовновач Р. [3] вважає, що найбільш обґрунтованим для оцінки конкурентоспроможності підприємства є використання комплексних методичних підходів, спрямованих на розробку зведеного показника рівня конкурентоспроможності, що реалізується у виявленні наявних ресурсів підприємства, оцінки ефективності їх використання і визначенні рівня його конкурентоспроможності відносно підприємств, які функціонують в одній галузі та належать одній продуктивній групі.

Мартиненко В. [5] переконаний, що найефективніше для оцінки конкурентоспроможності підприємства застосовувати розрахунок коефіцієнта життєздатності, якому відповідає шкала визначення рівня життєздатності підприємства. Розрахунок цього коефіцієнта також використовують українські підприємства при діагностиці банкрутства. Економіко-математична модель визначення рівня життєздатності для підприємств промисловості має такий вигляд (1):

$$K_{ж} = 1,0K_{п.л.} + 2,5K_{а.л.} + 2,86K_{м.в.к.} + 2,0K_{м.в.п.р.} + 3,33K_{р.п.р.} \quad (1)$$

де  $K_{ж}$  - коефіцієнт життєздатності промислових підприємств;  $K_{п.л.}$  - коефіцієнт поточної ліквідності;  $K_{а.л.}$  - коефіцієнт абсолютної ліквідності;  $K_{м.в.к.}$  - коефіцієнт маневровості власних коштів;  $K_{м.в.п.р.}$  - коефіцієнт майна виробничого призначення;  $K_{р.п.р.}$  - коефіцієнт рентабельності продажу продукції.

Отримані значення відповідають наступним рівням: так 2,25 і нижче – дуже низький, 4,15-2,26 – низький, 4,99-4,16 – середній та 5,0 і вище – високий.

Важливе значення для оцінки конкурентоспроможності підприємства відіграє правильний вибір підприємств-конкурентів. Так Пляскіна А. вказує на кілька підходів до визначення таких підприємств:

- вибір найближчих конкурентів. Аналіз успіху їх діяльності дозволяє отримати необхідну і достатню інформацію для розробки заходів протидії як у тактичному, так і в стратегічному напрямку;
- вибір сильніших конкурентів (з більшою часткою ринку). Результати аналізу сприяють розробці моделі найефективнішої конкурентної поведінки на певному ринку, де засобами їхньої реалізації є імітація, пошук нових шляхів, конфронтація з лідером та інші дії;
- вибір підприємств, яким належить значна сумарна частина ринку (понад 50%). Аналіз дає змогу деталізувати висновки для різноманітних кон'юнктурних ситуацій та розробити як атакуючі, так і оборонні дії;

- вибір усіх діючих конкурентів у географічних межах ринку. Результати аналізу необхідні для використання в планах розвитку підприємства [9, с. 57- 58];
- вибір усіх можливих конкурентів. Окрім діючих підприємств, розглядаються усі, які можна перепрофілювати на випуск або продаж нової продукції без значних витрат часу і ресурсів [10, с. 124]. Аналіз дозволяє виявити сильні позиції підприємства та розробити заходи для подальшого та найдовшого їх закріплення у зовнішньому середовищі.

Дуже важливо конкурентоспроможність підприємства, що розглядається, оцінювати при порівнянні з конкурентами. Так підходи до визначення підприємств-конкурентів, що пропонують Пляскіна А. та Поклонский Ф., дозволяють отримати необхідну і достатню інформацію для розробки тактичних та стратегічних заходів, дій залежно від кон'юнктурної ситуації, моделі конкурентної поведінки з відображенням їх у планах розвитку підприємства та при організації поточної та майбутньої діяльності, щоб досягти кращих результатів, ніж у конкурентів, незалежно від підходів.

Згідно з більшістю вищезaproпонованих методик оцінку конкурентоспроможності підприємства, наприклад, у галузі легкої промисловості, слід проводити за простими фінансовими коефіцієнтами, що є найприйнятнішими в оцінці діяльності суб'єкта господарювання за даними виробничого, науково-технічного, фінансового та інших потенціалів підприємства з урахуванням показників підприємства за минулі періоди, як зазначають Нурмаганбетов К., Есмагулова Н., із застосуванням методики бальних оцінок, авторами якої є Міняйленко І., Микитенко О., що проводиться при дотриманні етапів: підготовчого, розрахункового та рекомендаційного.

Підготовчий етап передбачає підбір показників для оцінки виробничого, науково-технічного, фінансового та інших потенціалів підприємства.

### **Список літератури**

1. Безугла, В. О. Конкурентоспроможність та аналіз існуючих методик її оцінки [Текст] / В. О. Безугла, І. І. Постіл // *Економіка та держава*. – 2007. – №11. – С. 33-35.
2. Бородин, А. В. *Современные подходы к оценке конкурентоспособности предприятий* [Электронный ресурс] / А. В. Бородин, Н. Л. Теренина // *Казанская наука*. – 2012. – № 3. – С. 69-72. – Режим доступа: [www.kazanscience.ru/files/Kazanskaya\\_Nauka\\_3\\_2012.php](http://www.kazanscience.ru/files/Kazanskaya_Nauka_3_2012.php).
3. Жовновач, Р. І. *Теоретико-методологічні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємств* [Электронный ресурс] / Р. І. Жовновач. – Кіровоград: КНТУ // *Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки*. – 2011. – С. 106-113. – Режим доступа: [http://www.kntu.kr.ua/doc/zb\\_19\\_ekon/stat\\_19/14.pdf](http://www.kntu.kr.ua/doc/zb_19_ekon/stat_19/14.pdf).
4. Куманецький, С. А. *Основні методи конкурентоспроможності промислових підприємств в умовах виходу на зовнішні ринки* [Электронный ресурс] / С. А. Куманецький // *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*. – 2009. – № 4(8). – С. 18-22 — Режим доступа: [http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Vbumb/2009\\_4/2.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vbumb/2009_4/2.pdf).
5. Мартиненко, В. П. *Методи оцінки конкурентоспроможності суб'єктів господарювання* / В. П. Мартиненко // *Формування ринкових відносин в Україні*. — 2008. — № 10(89). – С. 42-45.

Розрахунковий етап передбачає наступні дії: по-перше, на основі початкових даних визначаються значення коефіцієнтів за складовими потенціалу підприємства з метою надання їм відповідних балів; по-друге, підсумовуються бали за складовими потенціалу підприємства; по-третє, визначається характеристика кожної складової потенціалу підприємства залежно від її значущості та одержаних балів при застосуванні розподілу за категоріями.

На останньому рекомендаційному етапі проводиться розробка програми заходів щодо підвищення ефективності використання потенціалу та визначення забезпечення рівня спроможностей і можливостей підприємства [6, с. 32].

Огляд сучасних методик оцінки конкурентоспроможності підприємства показав, що усі вони володіють істотним недоліком: оцінка конкурентоспроможності підприємства лише констатує його поточний стан, але в сучасних ринкових умовах вона повинна по можливості дати прогноз на перспективу для отримання кращих результатів або уникнення втрат.

Для оцінки конкурентоспроможності підприємств найбільш ефективним буде одночасне застосування різних методик, результати яких доповнюють одна одну та дозволяють отримати найбільш повне уявлення про її рівень. Щодо легкої промисловості, то для її підприємств найбільш прийнятними є комплексні методи, що засновані на класифікації категорій, які аналізують значення коефіцієнтів, при розкритті виробничої, фінансової, інноваційної, трудової, маркетингової та інших сторін діяльності підприємства. Отже, напрямком подальшого дослідження є розробка найбільш оптимальної методики, що дозволить у короткий термін та з мінімальними витратами кількісно і якісно оцінити формування та управління конкурентними перевагами підприємства і їх потенціалом.

6. Міняйленко, І. В. Науково-методичні аспекти оцінювання потенціалу підприємств легкої промисловості [Електронний ресурс] / І. В. Міняйленко, О. В. Микитенко // Вісник Хмельницького національного університету. — 2011. — №1. — Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Vchnu\\_ekon/2011\\_1/031-035.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vchnu_ekon/2011_1/031-035.pdf).
7. Нурмаганбетов, К. Р., Методика оцінки конкурентоспособности предприятия легкой промышленности [Електронний ресурс] / К. Р. Нурмаганбетов, Н. Д. Есмагулов // Организатор производства. – 2009. – № 2. – С. 90-93. Режим доступу: [www.organizator.vorstu.ru/2009/2-51.pdf](http://www.organizator.vorstu.ru/2009/2-51.pdf).
8. Парсяк, В. Аналітичні передумови управління конкурентоспроможністю невеликих підприємств / В. Парсяк, І. Дибач // Економіст. – 2010. – №8 – С. 56-59.
9. Пляскіна, А. І. Оцінка конкуренції та конкурентоспроможності суб'єктів харчової промисловості / А. І. Пляскіна // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – №2(56). – С. 52-59.
10. Поклонский, Ф. Е. Развитие конкурентоспособности продукции, что выпускается, как результат эффективного использования потенциала предприятия [Текст] / Ф. Е. Поклонский Е. Ю. Мамченко // ДонДУУ МЕНЕДЖЕР. – 2007. – №3 (41). – С. 121-126.
11. Рибницький, Д. О. Сучасні підходи до оцінювання конкурентоспроможності підприємства [Електронний ресурс] / Д. О. Рибницький, Т. А. Городня, К. А. Львівська // Науковий вісник НЛТУ України. — 2010. — Вип. 20. 9. — С. 227-230. — Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/portal/chem\\_biol/nvnlntu/20\\_9/227-Rybnytski\\_NV\\_20\\_9.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/chem_biol/nvnlntu/20_9/227-Rybnytski_NV_20_9.pdf).
12. Фатхутдинов, Р. А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: маркетинг, менеджмент. М. : Издательский центр «Маркетинг», 2002. – 892 с.
13. Франів, І. А. Теоретичні аспекти управління конкурентоспроможністю підприємства [Електронний ресурс] / І. А. Франів, Л. М. Коваль, Р. Р. Русин-Гриник // Механізм регулювання економіки. — 2010. — № 3, Т. 1. — С. 149-153. – Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Mre/2010\\_3/3\\_5.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Mre/2010_3/3_5.pdf).
14. Хрущ, Н. А. Сучасні методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства [Електронний ресурс] / Н. А. Хрущ, Л. В. Ваганова // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – № 5, Т. 3. – С. 153-156. – Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Vchnu\\_ekon/2010\\_5\\_3/37hru.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vchnu_ekon/2010_5_3/37hru.pdf).

## References

1. Bezuglaya, V., Postil, I. (2007). Konkurentospromozhnist ta analiz isnuuyuchih metodik ii otsinki. *Ekonomika ta derzhava*, 11, 33 -35.
2. Borodin, A., Terenina, N. (2012). *Sovremennye podkhody k otsinke konkurentospromozhnosti predpriyatiy*. *Kazan science*, 3, 69-72.
3. Zhovnovach, R. (2011). *Theoretical and metodologichni pidhody do otsinki konkurentospromozhnosti pidpriemstv*. *Naukovi pratsi Kirovogradskogo natsionalnogo tehničnogo universitetu*. *Ekonomichni nauky*, 106-113.
4. Kumanetsky, S. (2009). *Osnovni metody konkurentospromozhnosti promyslovykh pidpriemstv v umovax vихodu na zovnishni rinky*. *Visnik Berdyanskogo universitetu menedzhmentu i biznesu*, 4(8), 18-22.
5. Martinenko, V. (2008). *Metodi otsinki konkurentospromozhnosti subektiv gospodaryuvannya*. *Formuvannya rinkovih vidnosin v Ukraini*, 10(89), 42-45.
6. Minyaylenko, I., Mykytenko, O. (2011). *Naukovo – metodichni aspekty otsinnyuvannya potentsialu pidpriemstv legkoi promislivosti*. *Visnik Xmelnytskogo natsionalnogo universitetu*, 1.
7. Nurmagambetov, K., Esmagulov, N. (2009). *Metodika otsinki konkurentospromozhnosti predpriyatiy legkoy promyshlennosti*. *Organizator proizvodstva*, 2, 90-93.
8. Parsyak, V., Dibach, I. (2010). *Analitichni peredumovi upravlinnya konkurentospromozhnostu nevelikix pidpriemstv*. *Ekonomist*, 8, 56 -59.
9. Plyaskina, A. (2006). *Otsinka konkurentsi ta konkurentospromozhnosti subektiv xarchovoi promislivosti*. *Aktualni problemi ekonomiki*, 2(56), 52 -59.
10. Poklonsky, F., Mamchenko, E. (2007). *Rozvitok konkurentospromozhnosti produktsi scho vipuskaetsya, yak rezultat effektivnogo vikoristannya potentsialu pidpriemstva*. *DonDUU MANADZHER*, 3(41), 121 – 126.
11. Ribnitsky, D., Gorodnia, T., Lvivska, K. (2010). *Suchasni pidhody do otsinyuvannya konkurentospromozhnosti pidpriemstva*. *Naukova visnik NLTU Ukraini*, 20. 9, 227-230.
12. Fatkhutdinov, R. (2002). *Konkurentosposobnost organizatsii v usloviyah krizisa: marketing, menedzhment*. *Moscow. Izdatelskii tsenter "Marketing"*.
13. Franiv, I., Koval, L., Rusin – Grinik, R. (2010). *Teoretichni aspekty upravlinnya konkurentospromozhnistyu pidpriemstva*. *Mehanizm regulyuvannya ekonomiki*, 3, 149-153.
14. Khrush, N., Vaganova, L. (2010). *Suchasni metodichni pidhody do otsinki konkurentospromozhnosti pidpriemstva*. *Visnik Khmelnytskogo natsionalnogo universitetu*, 5, 153-156.

Стаття надійшла до редакції 20.09.2013 р.