

УДК 339.137:001.8

DOI: <https://doi.org/10.32782/business-navigator.75-53>

Бочко О.Ю.

доктор економічних наук, професор,
професор кафедри маркетингу і логістики
Національний університет «Львівська політехніка»
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3422-4654>

Кожушко П.І.

аспірант кафедри маркетингу і логістики
Національний університет «Львівська політехніка»
ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-3794-7431>

Bochko Olena

Doctor of Economics, Professor,
Professor of Department of Marketing and Logistics
Lviv Polytechnic National University

Kozhushko Petro

Postgraduate Student of the Department of Marketing and Logistics
Lviv Polytechnic National University

ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

APPROACHES TO EVALUATING ENTERPRISE COMPETITIVENESS

У статті детально проаналізовано існуючі підходи та методи оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства. З метою узгодження класифікаційних ознак оціночних методів рівня конкурентоспроможності підприємства здійснено їх аналіз, уточнення класифікаційних ознак, формування відповідних їм груп методів та виділено самі методи, що належать до тієї чи іншої групи методів. У процесі аналізу визначено основні переваги та недоліки кожного методу, умови їх застосування. Зазначено, що один і той самий метод оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства може відноситись одночасно до кількох груп методів. Визначено методи оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства, які є пріоритетними для окремих науковців. Запропоновано вважати використання комплексних методів найбільш придатними для формування універсальної загальноновизнаної методики оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства.

Ключові слова: конкурентоспроможність підприємства, рівень конкурентоспроможності, оцінка, підходи до оцінки, методика, вимірювання.

The article provides a detailed analysis of existing approaches and methods for assessing the competitiveness level of an enterprise as one of the key indicators of its operational efficiency, which ensures the identification of the strengths and weaknesses of the enterprise's activities, its market positioning, and expansion of its market share, as well as the development of a winning strategy, etc. In order to harmonize the classification features of assessment methods for the competitiveness level of an enterprise, their analysis, clarification of classification features, formation of corresponding groups of methods, and identification of the methods belonging to one or another group of methods have been carried out. During the analysis, the main advantages and disadvantages of each method and the conditions for their application have been determined. It is noted that the same method for assessing the competitiveness level of an enterprise may belong to several groups of methods simultaneously. Scientists and practitioners most often distinguish between structural and functional approaches to assessing enterprise competitiveness, qualitative and quantitative assessment methods, as well as matrix, index, analytical, graphical, special, and complex assessment methods. The assessment methods for the competitiveness level of an enterprise that are prioritized by individual scientists have been identified. Due to the significant number of approaches and methods for assessing the competitiveness level of an enterprise, the authors cannot develop a single comprehensive assessment methodology that would meet all the requirements for such methodologies. The necessity of forming a single universal methodology for assessing the competitiveness level of an enterprise in all markets and on the international arena in particular has been substantiated. It is suggested to consider the use of complex methods as the most suitable for forming a universally recognized methodology for assessing the competitiveness level of an enterprise.

Key words: enterprise competitiveness, competitiveness level, assessment, assessment approaches, methodology, measurement.

Постановка проблеми. За умов ринкової економіки основним завданням функціонування будь-якого підприємства є отримання прибутку та захоплення, збереження і розширення значної частки ринку чи його сегменту, що забезпечується за рахунок високої конкурентоспроможності. Вивчення сильних та слабких сторін свого підприємства та підприємств-конкурентів сприяє оцінці потенціалу кожного об'єкта зокрема та побудові вигірної стратегії. Тому, оцінка рівня конкурентоспроможності підприємства є важливим елементом маркетингової діяльності кожного підприємства на усіх етапах його розвитку та в усіх сферах діяльності: при виборі підприємств партнерів, інвесторів; при модернізації виробництва; виході на нові ринки тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання аналізу та вибору методів оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства свого часу вивчали І. Ансофф, Л. Артеменко, В. Гайдук, А. Гончарук, Ю. Горбачук, О. Гудзинський, Т. Гуренко, І. Дашко, В. Дикань, І. Должанський, О. Драган, Т. Загорна, О. Захарченко, М. Заєць, А. Кваско, Л. Квятковська, О. Коківіхіна, Л. Костюк, О. Кузьмін, Н. Купріна, Н. Кушнір, Ж.-Ж. Ламбен, А. Левицька, В. Ніценко, Д. Погребняк, М. Портер, Д. Рудас, С. Савчук, Ю. Салип, І. Салькова, В. Скульський, С. Судомир, А. Череп, О. Шуміло, Н. Якименко, О. Янковий та інші. Однак, досі не сформовано єдиної універсальної методики оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства.

Формулювання завдання дослідження. Метою написання статті є вивчення та узагальнення підходів до оцінки рівня конкурентоспроможності підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Без сумніву за рівнем конкурентоспроможності підприємства можна оцінити його ефективність, успішність, безпеку тощо. Тому постає запитання: як саме оцінювати саму конкурентоспроможність, адже підходів до її оцінки є досить багато. Так, науковці виділяють різні методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства:

– А.В. Череп та Ю.О. Салип: методи, що ґрунтуються на аналізі порівняльних переваг; методи, що ґрунтуються на теорії рівноваги фірми і галузі; методи, засновані на теорії ефективної конкуренції; методи, що ґрунтуються на теорії якості товару; методи, що базуються на порівнянні з еталоном; метод, основою якого є теорія мультиплікатора; метод, що визначає конкурентну позицію підприємства з погляду його стратегічного потенціалу; матричні методи оцінки конкурентоспроможності; інтегральний метод [14, с. 77];

– Д.В. Погребняк: матричний метод; методи, засновані на оцінці конкурентоспроможності продукції підприємства; методи, засновані на теорії ефективної конкуренції; комплексні методи [11];

– Н.В. Якименко та О.І. Калініченко: індикативний, ієрархічний, різниць та метод рангів [16, с. 40];

– І.Ю. Салькова: заснований на теорії рівноваги та теорії факторів виробництва, заснований на теорії ефективної конкуренції, заснований на порівнянні якості товару, структурний, функціональний, метод профілів, матричний, середньозваженої величини показників конкурентоспроможності [12, с. 16];

– О.І. Драган: метод, що заснований на теорії ефективної конкуренції; підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства, які пов'язують її рівень з показ-

никами якості (конкурентоспроможності) продукції, що випускається; методи, засновані на теорії конкурентної переваги; метод бенчмаркінгу; методи, що засновані на методиках комплексної оцінки фінансово-господарської діяльності підприємства та ін. [4, с. 47] тощо.

Досить часто автори змішують класифікаційні ознаки методів оцінки. Зважаючи на значне різноманіття оціночних методів, науковці намагаються їх згрупувати та класифікувати за певними ознаками. Найчастіше автори пропонують наступну класифікацію методів оцінки конкурентоспроможності підприємства (табл. 1).

Залежно від вибору класифікаційної ознаки один і той самий метод може відноситись до кількох груп методів оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства. Усі представлені методи тісно взаємопов'язані між собою і можуть використовувати одночасно кілька підходів (табл. 1).

Оцінка рівня конкурентоспроможності як складової оцінки розвитку підприємства здійснюється відповідно до структурного та функціонального підходів. Структурний підхід до оцінки конкурентоспроможності підприємства передбачає вивчення рівня монополізації ринку та прийняття рішення щодо здобуття певної позиції на ньому. Складність даного методу полягає у необхідності збору інформації, яка часто недоступна для конкурентів, що перешкоджає застосуванню даного методу.

Функціональний підхід забезпечує більш повну оцінку рівня конкурентоспроможності підприємства, оскільки враховує використання виробничих потужностей, співвідношення «витрати-ціна», норму прибутку, обсяги виробництва та реалізації продукції. Як зазначає І.Ю. Салькова: «перевагою функціонального підходу є використання тих груп показників, які дають змогу оцінити фінансово-господарську діяльність підприємства. даний підхід також має і недоліки, зокрема, при оцінці конкурентоспроможності підприємства він не враховує імідж підприємства та його потенціал» [12, с. 17].

До якісних методів оцінки конкурентоспроможності відносять моделі оцінки конкурентних сил, матричні методи аналізу (п'ятифакторна модель та «національного ромба» М. Потрера, SWOT-аналіз, STEP-аналіз, матриця BCG). До кількісних методів оцінки відносять методи експертних оцінок, розрахунково-графічні (метод «профілів», багатокутник конкурентоспроможності, метод конкурентних стратегій Ж.-Ж. Ламбена) [1]. Кожен з них має як переваги, так і недоліки. Зокрема, якісні методи більш універсальні, але характеризуються значним суб'єктивізмом та трудомісткістю. У той же час кількісні методи більш об'єктивні, але потребують значних затрат ресурсів, праці та часу.

В основі матричного методу лежить маркетингова оцінка продукції підприємства та його позиції на ринку. Матриця будується в системі координат, де на осі абсцис відкладають темпи зростання (скорочення) обсягів реалізації продукції підприємства, а на осі ординат – частку її на ринку. Д.В. Погребняк зазначає, що перевагою методу є те, що «при наявності інформації про обсяги реалізації та відносні частки ринку конкурентів метод дозволяє забезпечити високу репрезентативність оцінки», а основними недоліками є те, що метод «виключає проведення аналізу причин того, що відбувається і ускладнює вироблення управлінських

Класифікація методів оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства

класифікаційна ознака	групи методів	методи
спосіб оцінки	якісні	метод експертних оцінок, евристичні методи, п'ятифакторна модель та «національного ромба» М. Потрера, SWOT-аналіз, STEP-аналіз, матриця BCG і т.д.
	кількісні	диференційований метод, інтегральний метод, метод різниць, метод балів тощо
спосіб відображення кінцевого результату	матричні	матриця БКГ, матриця Мак Кінсі, матриця Shell/DPM, метод PIMS, матриця Ансоффа
	графічні	радіальна діаграма, багатокутник конкурентоспроможності, метод профілів
	індексні	інтегральні методи, методи, в основу яких покладено оцінку конкурентоспроможності продукції, теорію ефективної конкуренції
	аналітичні	метод рангів, метод балів, метод різниць тощо
можливість прийняття управлінських рішень	тактичні	інтегральні методи, аналіз конкурентних переваг, теорія ефективної конкуренції, конкурентоспроможність продукції, самооцінка
	стратегічні	матриця БКГ, матриця Мак Кінсі, матриця Shell/DPM, метод PIMS тощо
напрямок формування інформаційної бази	критеріальні	метод головних компонент, побудова інтегральних показників конкурентоспроможності підприємства на основі моделей результативних показників – функцій відповідних факторів конкурентоспроможності
	експертні	аналіз конкурентоспроможності за системою 111-555, SWOT-аналіз, STEP-аналіз, метод порівнянь, метод американської асоціації управління, метод профілів і т.д.
рівень врахування аспектів функціонування підприємства	спеціальні	оцінка конкурентоспроможності продукції, матричні методи
	комплексні	метод, заснований на врахуванні сукупної дії детермінантів «національного ромба» та стратегічного потенціалу підприємства, бенчмаркінг, таксономічний аналіз тощо
показники і зміни, що використовують ви під час аналізу	методи, що характеризують ринкові позиції	матриця БКГ, матриця Мак Кінсі, матриця Shell/DPM, метод PIMS, модель Портера тощо
	методи, що характеризують рівень менеджменту	метод LOTS, метод експертних оцінок, ситуаційний аналіз, карти стратегічних груп, бенчмаркінг
	методи, що характеризують фінансово-економічну діяльність	методи фінансово-економічного аналізу, методи прогнозування фінансового стану

Джерело: сформовано автором за [1; 3; 5; 9]

рішень, а також вимагає наявності достовірної маркетингової інформації, що тягне необхідність відповідних досліджень» [11, с. 232].

Індексні методи (методи, в основу яких покладено оцінку конкурентоспроможності продукції, теорію ефективної конкуренції тощо) використовують метод порівняння аналізованого підприємства з підприємством-лідером ринку або з середньогалузевими показниками.

Методи, що ґрунтуються на оцінці конкурентоспроможності продукції підприємства, – це, в першу чергу, маркетингові та кваліметричні методи, які визначають співвідношення «ціна-якість» для кожного виду продукції. Тут можуть застосовуватись економічні (вартісні) та параметричні (технічні) індекси з врахуванням вагових індексів, встановлених експертним шляхом. Таким чином, конкурентоспроможність підприємства встановлюється як середньозважений показник з часткових індексів конкурентоспроможності усіх видів продукції, що виготовляє дане підприємство. Даний метод враховує одну із вагових складових діяльності підприємства – виробництво і реалізація продукції,

але не єдину. Окрім того, при визначенні співвідношення «ціна-якість» не враховується рівень новизни продукції, що має суттєвий вплив на її позиціонування на ринку. Тому він не може в повному обсязі оцінити рівень конкурентоспроможності підприємства.

Методи, що базуються на теорії ефективної конкуренції, використовують бальну оцінку можливостей підприємства щодо забезпечення його конкурентоспроможності за груповими показниками, що характеризують ефективність управління виробничим процесом, оборотними коштами, збутом і просуванням продукції на ринку, конкурентоспроможність продукції підприємства. Експертній оцінці підлягають показники ефективності використання ресурсів підприємства задля досягнення конкурентних переваг. Метод забезпечує різносторонню оцінку функціонування підприємства, проте різні автори використовують різні оціночні показники здібностей підприємства та використання його ресурсів.

Метод оцінки конкурентоспроможності підприємства, що ґрунтується на теорії конкурентних переваг,

передбачає визначення внутрішніх та зовнішніх переваг підприємства у конкурентній боротьбі на ринку. Внутрішня конкурентна перевага відображається у нижчих порівняно з конкурентами витратах виробництва за рахунок вищої продуктивності праці, що дає змогу підприємству вистояти за умови зниження середньоринкових цін на продукцію та збереження прибутковості своєї діяльності. Зовнішня конкурентна перевага – це виробництво продукції, яка якнайповніше задовольняє потреби споживачів. Недоліком цього методу можна вважати складність встановлення конкурентних переваг в порівнянні з конкурентами та їх кількісної оцінки.

Оцінка конкурентоспроможності підприємства на підставі оцінки його фінансово-господарської діяльності. Ключовим критерієм при цьому виступає оцінка вартості бізнесу (підприємства), адже за міжнародними оцінками критерієм оцінки ефективності підприємства є зростання добробуту власників підприємства, тобто вартості підприємства. Проте відсутня єдина методика її оцінки. У світі використовують три підходи до оцінки вартості бізнесу: дохідний, порівняльний (ринковий) та затратний.

В основі аналітичних методів (метод рангів, метод балів, метод різниць тощо) лежить аналіз та обробка вихідної інформації.

Метод рангів визначає загальні положення, сильні та слабкі сторони підприємства, що оцінюються, в боротьбі з конкурентами. Порівняння суми рангів, отриманих підприємством, що оцінюється за найкращими показниками дозволяє визначити місце підприємства та його основного конкурента в конкурентній боротьбі. Перевагою даного методу є його простота, можливість застосування для оцінок як кількісних, так і якісних показників. В той же час даний метод дає тільки посередній результат, не дозволяє оцінити ступінь відставання підприємства від його осново конкурента [4, с. 63].

Метод балів «дозволяє не тільки визначити основних конкурентів та місце в конкурентній боротьбі підприємства, яке оцінюється за критерієм максимум набраних балів, а й оцінити ступінь його наближення до найбільш конкурентоспроможного підприємства [4, с. 64].

Метод різниць передбачає визначення переваг та недоліків підприємства у порівнянні з аналогічними підприємствами за визначеними показниками. Перевагою методу є можливість встановлення не лише переваги підприємства, а її кількісна характеристика. Однак порівняння проводиться лише з кожним підприємством окремо, за умови що інші підприємства, присутні на ринку, не чинять на порівнювані підприємства ніякого впливу.

Графічні методи (метод, що ґрунтується на теорії життєвого циклу, метод конкурентних стратегій Ж.-Ж. Ламбена, багатокутник профілів тощо) дозволяють наочно відобразити результати оцінки конкурентоспроможності підприємства.

Метод профілів передбачає проходження трьох етапів оцінки конкурентоспроможності підприємства: 1. Пошук ринків для продукції підприємства та їх вимоги. 2. Визначення рівня задоволення існуючої на цих ринках продукції потреб (очікувань) споживачів. 3. Порівняння результативності роботи збутового підрозділу підприємства з аналогічними структурними підрозділами підприємств-конкурентів з врахуванням

часу збуту і можливостей його скорочення. Даний підхід може не враховувати ціну продукції, не надає інтегральної оцінки конкурентоспроможності, однак дає змогу оцінити сильні та слабкі сторони власного підприємства у порівнянні з конкурентами та розробити за її результатами ефективні управлінські рішення щодо подолання проблем функціонування підприємства на ринку та зміцнення його конкурентних переваг.

Ю. Горбачук та Н. Кушнір визначають конкурентоспроможність підприємства як геометричну фігуру, що «служить кількісною мірою стабільності конкурентного стану підприємства, основою, що складається з таких векторів-променів, як: конкурентоспроможність товару, рентабельність продажу, фінансовий стан, ефективність менеджменту, маркетингові дії, імідж [2, с. 45–46].

Спеціальні методи здійснюють оцінку конкурентоспроможності підприємства за виробничою, інноваційною, маркетинговою, фінансовою сферою його діяльності.

Загалом комплексні методи (метод, заснований на врахуванні сукупної дії детермінантів «національного ромба» та стратегічного потенціалу підприємства, бенчмаркінг, таксономічний аналіз тощо) визначають рівень конкурентоспроможності підприємства як інтегральний показник, що враховує і поточну конкурентоспроможність, і конкурентний потенціал. Комплексність полягає у використанні різних методів для такої оцінки різними науковцями та практиками. Так, «у ряді випадків поточна (реальна) конкурентоспроможність визначається на підставі оцінки конкурентоспроможності продукції підприємства, потенційна – за аналогією з методами, заснованими на теорії ефективної конкуренції», а інші «розглядають конкурентоспроможність підприємства як адитивну функцію поточної конкурентоспроможності підприємства та його конкурентного потенціалу з ваговими коефіцієнтами» [11, с. 233]. Безсумнівною перевагою комплексних методів є оцінка конкурентного потенціалу, проте для цього використовуються методи, що вже описані раніше, і які мають свої недоліки.

У процесі використання бенчмаркінгу аналізується ефективність діяльності підприємства, здійснюється порівняння з підприємствами-конкурентами, визначаються сильні й слабкі сторони функціонування підприємства та перспективи його розвитку, незаповнені ринкові ніші тощо.

Зважаючи на значне різноманіття існуючих підходів та методів оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства, автори також не можуть прийти до спільної думки щодо того основного методу оцінки, що задовольнятиме усі вимоги науковців та практиків. Зокрема, О. Коковіхіна для оцінки використовує порівняльний метод [6, с. 89–90]; Д. Погребняк – комплексний метод, що враховує конкурентні переваги підприємства на ринку в порівнянні з конкурентами за сукупністю оціночних показників діяльності підприємства [10, с. 45]; Н. Купріна – систему оціночних критеріїв ефективності функціонування підприємства, його конкурентної позиції на ринку, просування продукції підприємства та її збуту на ринку [8, с. 570]; О. Гудзинський, С. Судомир та Т. Гуренко – оцінку конкурентоспроможності продукції підприємства [13, с. 45]; деякі автори – агрегований показник конкурентних можливостей і здатності оперативно реагувати та пристосовуватись до чинників мінливого зовнішнього середовища [7, с. 232–233].

Складність вибору тієї єдиної універсальної методики оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства полягає у значній їх різноманітності, наявності недоліків у кожному з них, відсутності єдиного способу визначення конкурентоспроможності та узгодженої системи критеріїв-факторів, що впливають на її рівень. Тому, вважаємо за доцільне для оцінки конкурентоспроможності підприємства використовувати комплексні методи, які зможуть забезпечити повніше подолання наявних неузгодженостей.

О. Шуміло, Д. Рудас та В. Сукульський наголошують, що незалежно від того, який метод буде обрано для оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства, оцінювання має відбуватись за певним алгоритмом [15, с. 293]:

- визначення мети оцінювання конкурентоспроможності підприємства, яка полягає в оцінці її рівня за певний період часу;
- вибір підприємств-конкурентів для проведення оцінювання;
- формування інформаційної бази оцінювання, вибір груп показників та індикаторів конкурентоспроможності;
- розрахунок показників конкурентоспроможності підприємства (одиничних, групових, загальних, інтегрального показника рівня конкурентоспроможності);

– підбиття підсумків за розрахунками та надання висновків про рівень конкурентоспроможності;

– якщо підприємство має низький рівень конкурентоспроможності та не є конкурентоспроможним, то потребують розробки стратегії, які спрямовані на її забезпечення; має високий рівень конкурентоспроможності, переважає конкурентів на ринку, то потребує розробки та впровадження стратегії, що спрямована на підтримку конкурентоспроможності підприємства.

Висновки. Загалом, підходів та методів оцінки конкурентоспроможності підприємства існує дуже багато, вони можуть застосовуватись залежно від специфіки галузі функціонування підприємства, але жоден з них не знайшов широкого загального визнання науковцями та практиками. Кожен з них має свої недоліки, а усі вони разом відзначаються суб'єктивізмом через використання експертного методу, намаганням врахувати усе різноманіття показників-критеріїв оцінки конкурентоспроможності, трудомісткістю збору та математичної обробки вихідної інформації. Тому на даний час універсальної загальноновизнаної методики комплексної оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства не існує.

Список використаних джерел:

1. Артеменко Л.Б. Систематизація методів оцінки конкурентоспроможності підприємства. *Вісник Одеського нац. ун-ту. Серія : Економіка*. 2016. Т. 21. Вип. 7 (1). С. 57–61.
2. Горбачук Ю.А., Кушнір Н.Б. Економічна діагностика : інтерактивний комплекс навчально-методичного забезпечення. Рівне : НУВГП, 2007. 176 с.
3. Дашко І.М. Дослідження основних методів оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємств. *Економіка та держава*. 2020. № 5. С. 108–110.
4. Драган О.І. Управління конкурентоспроможністю підприємств : теоретичні аспекти : монографія. Київ : ДАКККІМ, 2006. 160 с.
5. Кваско А.В. Аналіз методів оцінки конкурентоспроможності підприємства. *Наукові записки*. 2017. № 1 (54). С. 111–118.
6. Коковіхіна О.О. Систематизація основних критеріїв формування конкурентоспроможності підприємства. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2009. № 26. С. 88–93.
7. Конкурентоспроможність підприємств в умовах ринкової економіки : у 3-х томах: Т. 3 : Галузеві особливості конкурентоспроможності в умовах глобалізації : монографія / за заг. ред. О.В. Захарченка, М.А. Зайця, В.С. Ніценка. Одеса : ВМВ, 2015. 572 с.
8. Купріна Н.М. Конкурентоспроможність діяльності підприємства : види і рівні. *Формування ринкової економіки : зб. наук. праць КНЕУ*. 2011. С. 564–571.
9. Левицька А.О. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства : вітчизняні та закордонні підходи до класифікації. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2014. № 1 (152). С. 138–142.
10. Погребняк Д.В. Методи діагностики конкурентоспроможності підприємства. *Проблеми підвищення ефективності інфраструктури. Зб. наук. праць*. 2011. Вип. 32. С. 45–51.
11. Погребняк Д.В. Теоретичні аспекти методів оцінки конкурентоспроможності підприємств. *Економічний вісник НТУУ «КПІ» : зб. наук. праць*. 2012. № 9. С. 230–235.
12. Салькова І.Ю. Теоретичні основи оцінки конкурентоспроможності підприємств АПК. *Наукові записки НУ «Острозька академія». Серія : Економіка*. 2014. Вип. 6. С. 15–18.
13. Гудзинський О.Д., Судомир С.М., Гуренко Т.О. Управління формуванням конкурентоспроможного потенціалу підприємств (теоретико-методологічний аспект) : монографія. Київ : ІПК ДСЗУ, 2010. 212 с.
14. Череп А.В., Салип Ю.О. Методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємств. *Інноваційна економіка*. 2012. № 8 (34). С. 77–79.
15. Шуміло О.С., Рудас Д.С., Сукульський В.М. Принципи та методи оцінювання конкурентоспроможності підприємств. *Бізнес-інформ*. 2020. № 6. С. 291–297.
16. Якименко Н.В., Калініченко О.І. Методичний підхід до оцінки рівня конкурентоспроможності підприємств залізничного транспорту. *Вісник Хмельницького нац. ун-ту*. 2011. № 6. Т. 1. С. 40–43.

References:

1. Artemenko L. B. (2016) Systematyzatsiia metodiv otsinky konkurentospromozhnosti pidpriemstva [Systematization of methods of assessing the competitiveness of the enterprise]. *Visnyk Odeskoho nats. un-tu. Serii: Ekonomika*, tom 21, vol. 7 (1), pp. 57–61.

2. Horbachuk Yu. A., Kushnir N. B. (2007) *Ekonomichna diahnozyka: interaktyvnyi kompleks navchalno-metodychnoho zabezpechennia* [Economic diagnostics: an interactive complex of educational and methodological support]. Rivne: NUVHP. (in Ukrainian)
3. Dashko I. M. (2020) Doslidzhennia osnovnykh metodiv otsiniuvannia rivnia konkurentospromozhnosti pidpriemstv [Study of the main methods of assessing the level of competitiveness of enterprises]. *Ekonomika ta derzhava*, no. 5, pp. 108–110.
4. Drahan O. I. (2006) *Upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpriemstv: teoretychni aspekty: monohrafiia* [Management of the competitiveness of enterprises: theoretical aspects: monograph]. Kyiv: DAKKKiM. (in Ukrainian)
5. Kvasko A. V. (2017) Analiz metodiv otsinky konkurentospromozhnosti pidpriemstva [Analysis of methods for assessing the competitiveness of an enterprise]. *Naukovi zapysky*, no. 1 (54), pp. 111–118.
6. Kokovikhina O. O. (2009) Systematyzatsiia osnovnykh kryteriiv formuvannia konkurentospromozhnosti pidpriemstva [Systematization of the main criteria for the formation of the competitiveness of the enterprise]. *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti*, no. 26, pp. 88–93.
7. Zakharchenko O. V., Zaiets M. A., Nitsenka V. S. (2015) Konkurentospromozhnist pidpriemstv v umovakh rynkovoï ekonomiky: u 3-kh tomakh [Competitiveness of enterprises in the conditions of a market economy: in 3 volumes]. T. 3: Haluzevi osoblyvosti konkurentospromozhnosti v umovakh hlobalizatsii: monohrafiia. Odesa: VMV. (in Ukrainian)
8. Kuprina N. M. (2011) Konkurentospromozhnist diialnosti pidpriemstva: vydy i rivni [Competitiveness of the enterprise: types and levels]. *Formuvannia rynkovoï ekonomiky: zb. nauk. prats.* Kyiv: KNEU, pp. 564–571.
9. Levytska A. O. (2014) Metody otsinky konkurentospromozhnosti pidpriemstva: vitchyzniani ta zakordoni pidkhody do klasyfikatsii [Methods of assessing the competitiveness of the enterprise: domestic and foreign approaches to classification]. *Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini*, no. 1 (152), pp. 138–142.
10. Pohrebniak D. V. (2011) Metody diahnozyky konkurentospromozhnosti pidpriemstva [Methods of diagnosing enterprise competitiveness]. *Problemy pidvyshchennia efektyvnosti infrastruktury. Zb. nauk. Prats.*, vol. 32, pp. 45–51.
11. Pohrebniak D. V. (2012) Teoretychni aspekty metodiv otsinky konkurentospromozhnosti pidpriemstv [Theoretical aspects of methods for assessing the competitiveness of enterprises]. *Ekonomichnyi visnyk NTUU "KPI": zb. nauk. prats.*, no. 9, pp. 230–235.
12. Salkova I. Yu. (2014) Teoretychni osnovy otsinky konkurentospromozhnosti pidpriemstv APK [Theoretical foundations of assessing the competitiveness of agribusiness enterprises]. *Naukovi zapysky NU "Ostrozka akademiia". Serii: Ekonomika*, vol. 6, pp. 15–18.
13. Hudzynskyi O. D., Sudomyr S. M., Hurenko T. O. (2010) *Upravlinnia formuvanniam konkurentospromozhnoho potentsialu pidpriemstv (teoretyko-metodolohichni aspekt): monohrafiia* [Management of the formation of the competitive potential of enterprises (theoretical and methodological aspect): monograph]. Kyiv: IPK DSZU. (in Ukrainian)
14. Cherep A. V., Salyp Yu. O. (2012) Metodychni pidkhody do otsinky konkurentospromozhnosti pidpriemstv [Methodical approaches to assessing the competitiveness of enterprises]. *Innovatsiina ekonomika*, no. 8 (34), pp. 77–79.
15. Shumilo O. S., Rudas D. S., Skulskyi V. M. (2020) Pryntsypy ta metody otsiniuvannia konkurentospromozhnosti pidpriemstv [Principles and methods of assessing the competitiveness of enterprises]. *Biznes-inform*, no. 6, pp. 291–297.
16. Iakymenko N. V., Kalinichenko O. I. (2011) Metodychni pidkhid do otsinky rivnia konkurentospromozhnosti pidpriemstv zaliznychnoho transportu [Methodical approach to assessing the level of competitiveness of railway transport enterprises]. *Visnyk Khmelnytskoho nats. un-tu*, no. 6, tom 1, pp. 40–43.