

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

УДК 339.944

Аналіз методичних підходів щодо оцінювання міжнародної конкурентоспроможності підприємства

Бестужева С.В.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри міжнародної економіки
та менеджменту зовнішньоекономічної діяльності
Харківського національного економічного університету
імені Семена Кузнеця

Решетняк Д.О.

студентка
Харківського національного економічного університету
імені Семена Кузнеця

У статті висвітлюються проблеми дослідження сутності понять «конкуренція», «конкурентоспроможність» та «міжнародна конкурентоспроможність» як економічних категорій. Авторами проведено поглиблений аналіз існуючих методичних підходів щодо оцінювання міжнародної конкурентоспроможності підприємства за такими критеріями як простота, чіткість, об'єктивність, універсальність використання, врахування конкурентоспроможності продукту, врахування всіх аспектів діяльності підприємства, сприяння розробці управлінських рішень.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність, міжнародна конкурентоспроможність, аналіз, оцінка, метод, показники, конкурентні переваги, розвиток.

Bestuzheva S.V., Reshetnyak D.O. АНАЛИЗ МЕТОДИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ К ОЦЕНИВАНИЮ МЕЖДУНАРОДНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье освещаются проблемы исследования сущности понятий «конкуренция», «конкурентоспособность» и «международная конкурентоспособность» как экономических категорий. Авторами проведен углубленный анализ существующих методических подходов к оцениванию международной конкурентоспособности предприятия по таким критериям, как простота, четкость, объективность, универсальность использования, учет конкурентоспособности продукта, учет всех аспектов деятельности предприятия, содействие разработке управленческих решений.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, международная конкурентоспособность, анализ, оценка, метод, показатели, конкурентные преимущества, развитие.

Bestuzheva S.V., Reshetnyak D.O. ANALYSIS OF METHODOLOGICAL APPROACHES TO THE ESTIMATION OF THE INTERNATIONAL COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES

The article highlights the problems of research of essence of concepts of «competition», «competitiveness» and «international competitiveness» as an economic category. The authors conducted an in-depth analysis of existing methodological approaches to the evaluation of international competitiveness of the enterprise according to such criteria as simplicity, clarity, objectivity, versatility, given the competitiveness of the product, taking into account all aspects of the enterprise, promoting the development of management decisions.

Keywords: competition, competitiveness, international competitiveness, analysis, evaluation, method, metrics, competitive advantages, development.

Постановка проблеми. Сучасне міжнародне економічне середовище характеризується посиленням динамізму протікання всіх процесів, у тому числі й конкурентної боротьби. Наслідком трансформаційних процесів в економіці України стало послаблення організаційних основ управління міжнародною конкурентоспроможністю вітчизняних підприємств,

що посилює загрозу їх витіснення зарубіжними конкурентами як на внутрішньому ринку України, так і на закордонних ринках. Перед підприємствами орієнтованими на міжнародний ринок, виникає проблема формування стійких конкурентних переваг з метою ефективного функціонування на зарубіжному конкурентному ринку. У цьому зв'язку особливої

актуальності набувають питання оцінювання міжнародної конкурентоспроможності підприємства з урахуванням як його внутрішніх можливостей, так і особливостей функціонування на цільових закордонних ринках.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у дослідження проблеми розвитку управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств зроблено у працях таких вітчизняних і зарубіжних вчених як: І. Ансофф, Т. Конно, Н.І. Перцовський, В.Д. Немцов, Г. Воронін, В. Дикань, Л. Дідівська, А. Селезньов, П. Друкер, Ю. Іванов, Н. Калюжнова, Б. Карлоф, Д. Кириченко, А. Кредісов, Л.І. Піддубна, І.О. Піддубний, О. Кузьмін, Е. Мінько, В. Пономаренко, М. Портер, С. Светуцьков, Р. Фатхутдінов, В.Г. Шинкаренко, А.С. Бондаренко.

Формулювання цілей статті. Метою даної статті є наукове дослідження та аналіз існуючого теоретико-методичного забезпечення щодо оцінювання міжнародної конкурентоспроможності підприємства.

Виклад основного матеріалу. У сучасних умовах все більше уваги приділяється процесу світової глобалізації та питанням підвищення конкурентоспроможності, що є пріоритетним для розвитку національної економіки України. Ринкові умови господарювання вимагають підтримки високого рівня конкурентоспро-

можності та конкуренції – одних із головних складових успіху підприємства на внутрішніх і міжнародних ринках. Саме тому підвищення рівня конкурентоспроможності та розвиток конкуренції є основними чинниками розвитку вітчизняних товаровиробників.

Слід зауважити, що при визначенні сутності понять «конкуренція» та «конкурентоспроможність» існує ряд труднощів пов'язаних з тим, що у науковій літературі немає чіткого визначення цих категорій. Кожен науковець інтерпретує ці твердження по своєму, спираючись на власні погляди та градацію важливості окремих складових елементів. Необхідно розуміти, що поняття «конкуренція» та «конкурентоспроможність» не є тотожними і кожне потрібно розглядати окремо, у відповідності до складових яким вони належать.

У таблиці 1 наведено погляди різних вчених стосовно визначення поняття «конкуренція».

Виходячи з аналізу трактувань категорії «конкуренція», можна стверджувати, що конкуренція являє собою змагання між виробниками подібної продукції для її реалізації та отримання якомога більшого прибутку, вона слугує рушійною силою для розвитку ринку товарів і послуг. Конкуренція зобов'язує фірми створювати конкурентоспроможний товар або надавати конкурентоспроможну послугу. А от критерієм адаптації підприємства до

Таблиця 1

Трактування поняття «конкуренція»

Автор	Визначення	Ключові слова
Азоєв Г.Л., Челенков А.П. [2, с. 5]	Конкуренція – це суперництво на якому-небудь поприщі між окремими юридичними або юридичними особами (конкурентами), зацікавленими в досягненні однієї і тієї ж мети.	суперництво
Портер М.Е. [28, с. 11]	Конкуренція – динамічний процес, що розвивається, безупинно мінливий ландшафт, на якому з'являються нові товари, нові шляхи маркетингу, нові виробничі процеси й нові ринкові сегменти.	динамічний процес
Горбонос Ф.В., Черевко Г.В. [12, с. 66]	Конкуренція є економічним змаганням виробників однакової продукції на ринку, спрямованим на залучення якомога більшої кількості споживачів, завдяки цьому – одержання максимальної вигоди.	економічним змаганням
Карлоф Б. [18, с. 86]	Конкуренція – це процес управління суб'єктом, своїми конкурентними перевагами з метою одержання перемоги або досягнення інших цілей у боротьбі з конкурентами за задоволення об'єктивних або суб'єктивних потреб у межах законодавства.	процес управління
Макконелл К.Р., Брю С.Р. [22, с. 9]	Конкуренція – наявність на ринку великої кількості незалежних продавців та покупців, які мають можливість вільно входити на ринок і виходити з нього.	можливість
Ажлок М.О., Передрій О.С. [1, с. 55]	Конкуренція – це економічне суперництво між відокремленими виробниками продукції, робіт, послуг за завоювання ринку та отримання більшого прибутку	економічне суперництво

нестабільних умов господарювання виступає рівень конкурентоспроможності.

Конкурентоспроможність підприємства є одним із важливих аспектів ринкового середовища, який характеризує можливість підприємства адаптуватися до умов ринку, посісти провідне місце і втримати його якомога довше. Насамперед треба розуміти, що конкурентоспроможність – це сукупність факторів (якісні та цінові параметри продукції, менеджмент, управління фінансовими потоками, інвестиційна та інноваційна складові та інші) завдяки яким забезпечується провідне місце деякого класу об'єктів (товару, підприємства) серед інших подібних йому. Ключовою ланкою дослідження конкурентоспроможності є саме конкурентоспроможність підприємства як окремого суб'єкта виробничо-господарської діяльності, на якому створюється товар, що може бути успішно реалізований завдяки маркетинговій стратегії та рекламній політиці [24].

Теоретичні питання до визначення конкурентоспроможності підприємства завжди посідали чільне місце у системі наукових

досліджень практично усіх економічних шкіл. Але серед вчених відсутня єдність у визначенні самого поняття «конкурентоспроможність підприємства» тому й існують різноманітні визначення.

З метою уточнення сутності поняття «конкурентоспроможність підприємства» авторами проаналізовані існуючі теоретичні підходи щодо його визначення (табл. 2).

Проаналізувавши наведені вище у таблиці поняття, можна виділити чотири підходи до визначення поняття конкурентоспроможності підприємства як: здатність, процес, спроможність та характеристика здібності

Виходячи з цього, можна визначити конкурентоспроможність підприємства, як складне багатоаспектне поняття, яке означає суперництво, боротьбу за досягнення найкращих результатів, отримання конкурентних переваг шляхом ефективного використання всіх наявних ресурсів, виготовлення та реалізації конкурентоспроможної продукції та отримання прибутку від ведення ефективною господарської діяльності. Найголовніше є те, що конкурентоспроможність виступає критерієм

Таблиця 2

Тракування поняття «конкурентоспроможність підприємства»

Автор	Визначення	Ключові слова
Азоєв Г.Л., Челенков А.П. [2, с. 15]	Конкурентоспроможність підприємства – це здатність ефективно розпоряджатися власними й позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку, це результат його конкурентних переваг по всьому спектру проблем управління підприємством.	здатність
Захаров А.Н., Зокін А.А. [16, с. 4]	Конкурентоспроможність організації – володіння властивостями, що створюють переваги для суб'єкта економічного змагання.	володіння властивостями
Зав'ялов П.С. [15, с. 22]	Економічний процес взаємодії, взаємозв'язку й боротьби між виступаючими на ринку підприємствами з метою забезпечення кращих можливостей збуту своєї продукції, задоволення різноманітних потреб покупців.	процес
Ансофф І.В., Антонюк Л.Л., Іванов Ю.Б. [3, с. 57]	Спроможність конкурувати на ринках з виробниками і продавцями аналогічних товарів, забезпечуючи вищу якість, доступні ціни, зручності для покупців, споживачів.	спроможність
Воронов Д.С. [9, с. 12]	Здатність створювати таку перевагу над конкурентами, яка дозволяє досягти поставлених цілей.	здатність
Немцов В.Д. [23, с. 210]	Потенційна або реалізована здатність економічного суб'єкта до функціонування у релевантному зовнішньому середовищі, яка ґрунтується на конкурентних перевагах і відображає його пропозицію відносно конкурентів.	здатність
Шинкаренко В.Г., Бондаренко А.П. [36, с. 14]	Динамічна характеристика здібності підприємства адаптуватися до змін зовнішнього середовища і забезпечувати при цьому визначений рівень конкурентних переваг	характеристика здібності
Васильєва З.А. [7, с. 13]	Під конкурентоспроможністю підприємств розуміє здатність задовольняти потреби споживачів на основі виробництва товарів і послуг, що перевершують конкурентів за необхідним набором параметрів.	здатність

адаптації підприємства, який характеризує можливість фірми адаптуватися до змін внутрішнього та зовнішнього середовища і забезпечити при цьому визначний рівень конкурентних переваг умов ринку.

На нинішніх умовах, що характеризуються постійною зміною зовнішніх факторів, зростанням ризику діяльності, питання конкурентоспроможності підприємства на зовнішньому ринку стає актуальним. Перед такими підприємствами виникає проблема формування стійких конкурентних переваг з метою ефективного функціонування на зарубіжному конкурентному ринку. Можливості у досягненні таких переваг визначаються таким поняттям як «міжнародна конкурентоспроможність підприємства».

Таким чином, у сучасних умовах основним критерієм успішності діяльності суб'єктів гос-

подарювання на світовому ринку є рівень їх міжнародної конкурентоспроможності. Проте, різноманіття публікацій, застосування в них різного понятійного апарату, підходів і методів дослідження побічно показує складність категорії «міжнародна конкурентоспроможність підприємства».

При проведенню аналізу наукових праць в області конкурентоспроможності підприємств виявляється, що кожен автор в залежності від цілей і завдань дослідження, досліджуваних аспектів конкретних об'єктів, вимог суб'єктів ринкових відносин дає своє визначення міжнародної конкурентоспроможності підприємства (табл. 3).

Аналізуючи визначення міжнародної конкурентоспроможності, запропонованими різними вченими, можна зробити висновок, що всі вони враховують такі її якості, як дина-

Таблиця 3

Трагування поняття «міжнародна конкурентоспроможність підприємства»

Автор	Визначення	Ключові слова
Селезньов А. [30, с. 244]	Міжнародна конкурентоспроможність – це обумовлене економічними, соціальними, політичними факторами становище товаровиробника на зовнішньому ринках, що відображається через показники, адекватно характеризують такий стан і його динаміку	становище
Конно Т., Лазаренко А.А. [20, с. 374]	Сукупність характеристик, що включають в себе: захоплену підприємством частку зовнішнього ринку, здатність підприємства до виробництва, збуту і розвитку, здатність вищої ланки керівництва до реалізації поставленої мети	сукупність характеристик
Фатхутдинов Р.А. [35, с. 65]	Потенційна або реалізована здатність економічного суб'єкта до функціонування у релевантному зовнішньому середовищі, яка ґрунтується на конкурентних перевагах і відображає його пропозицію відносно конкурентів	потенційна або реалізована здатність
Піддубний О.І., Піддубна А.І. [26, с. 220]	Міжнародна конкурентоспроможність – це особливий функціональний стан системи економічного розвитку підприємства, за якого забезпечується його інтегрування у світогосподарські структури, життєздатність і роль суб'єкта міжнародної економічної діяльності	функціональний стан
Воронін Г. [8, с. 148]	Багатогранне поняття, яке включає в себе не тільки якісні та цінові параметри промислової продукції, але й залежить від рівня менеджменту, управління фінансовими потоками, інвестиційної та інноваційної складової в діяльності підприємства	параметр
Дідівська Л. [13, с. 95]	Економічна категорія, яка дозволяє в умовах конкуренції представити на зовнішній ринок продукцію, яка з точки зору конкурентних переваг сприймається споживачем як краща за аналогічну продукцію конкурентів	економічна категорія
Кириченко Д. [19, с. 34]	Є показником, який відображає дієвість всього комплексу механізмів господарювання, і до дослідження проблем його забезпечення потрібно підходити комплексно з урахуванням усіх факторів і механізмів	комплекс механізмів
Рисс М. [29, с. 175]	Міжнародна конкурентоспроможність – це здатність підприємства брати ефективну участь у конкурентній боротьбі на міжнародних ринках	ефективна здатність

мічність, примусовість, єдність конкурентних і монополістичних засад, зв'язок з інноваційними процесами і в кожному випадку її зміст визначається залежно від цілей, у зв'язку з якими вона сформована. Виходячи з цього,

можна визначити міжнародну конкурентоспроможність підприємства, як сукупність об'єктивних відносин, перш за все, економічних, між суб'єктами господарювання в умовах ринку, що мають динамічний характер постій-

Таблиця 4

Аналіз методів оцінювання міжнародної конкурентоспроможності підприємства

Метод	Автор	Зміст	Переваги	Недоліки
Метод рейтингової оцінки	Жариков В.Д. [14]; Лисенко Н.О. [21]; Тимохін В. [32]	Формування системи показників діяльності підприємства, розрахунок інтегрального показника і ранжирування підприємства за величиною рейтингу	Досить точно визначає місце даного підприємства щодо його конкурентів.	Складність при розрахунку показника, отриманих вихідних даних, відсутність прогнозної інформації.
Оцінка наоснові частки ринку	Сімах Ю.А. [31]; Азоєв Г.Л. та Челенков А.П. [2]; Герасименко А. [11]	Кластеризація підприємств за ринковою часткою на аутсайдерів, середняків, лідерів	Метод дозволяє визначити тип і місце фірми на ринку	Відсутність можливості визначення причин низької ринкової частки підприємства та розробки доцільної стратегії
На основі споживчої вартості	Павлова В. [25]; Ахматова М. [4]; Попов Є. [27]	Визначення обсягу потреб потенційних споживачів, їх зіставленні з реальними властивостями товару	Оцінка з урахуванням факторів внутрішнього середовища фірми	Складність розрахунків, збору необхідної інформації
Оцінка на основі теорії ефективної конкуренції	Захарченко В.І. [17]; Жариков В.Д. [14]; Барткова Н.Н. [5]	Рівень конкурентоспроможності визначається якістю організації роботи всіх підрозділів і служб підприємства	врахування якісних характеристик управлінської діяльності	Відсутність врахування впливу зовнішніх чинників
Оцінювання конкурентоспроможності продукції	Фатхутдінов Р.А. [35]; Воронов А.А. [9]; Фасхієв Х.[34]	Залежність рівня конкурентоспроможності підприємства від рівня конкурентоспроможності його товару / послуги	Використання підприємствами з монокультурним характером виробництва	Відсутність комплексної оцінки конкурентоспроможності підприємства
Графічний метод	Борисенко З.М. [6]; Олів'є А., Дайян А., Урсе Р. [24]	Базується на побудові так званої «Радіальної діаграми Конкурентоспроможності», або «Багатокутника конкурентоспроможності»	Простота та наочність методу дозволяють оцінити положення підприємства за окремим показником відносно конкурентів	Застосування значної кількості характеристик щодо оцінки МКП, що може нівелювати його наочність
Матричний метод	Ансофф І.В., Анто- нюк Л. Л., Іванов Ю.Б. [3]; Томсон А. та А. Стрі- кланд [33]; Бостонська консал- тингова група [17]	Базуються на використанні матриці – таблиці впорядкованих за рядками та стовпцями елементів	Визначення конкурентної позиції підприємства на ринку відносно інших учасників	Не можливість сформувати відповідні управлінські рішення

ного суперництва товаровиробників за прихильність споживачів на основі певних переваг своєї продукції (послуг).

Сьогодні підприємства, які намагаються завоювати нові ринки, повинні бути здатними створювати та реалізовувати продукцію, цінові й нецінові якості якої більш привабливі, ніж в аналогічній продукції конкурентів на зовнішньому ринку, а також їм необхідно досягти ефективної фінансово-господарської, зовнішньоекономічної діяльності і лідируючих позицій в умовах конкурентного середовища. Ось запорука високого рівня конкурентоспроможності, швидкого виходу і освоєння зовнішніх ринків.

Проте слід зауважити, що на сьогоднішній день перед вітчизняними підприємствами існує проблема щодо створення та забезпечення подальшого зростання рівня міжнародної конкурентоспроможності при виході на зарубіжні ринки. Так, Україна, згідно з Рейтингом глобальної конкурентоспроможності за 2016 рік, стала нижче на 3 позиції, порівняно із 2015 роком, посівши 79 місце [37].

Таким чином, міжнародна конкурентоспроможність підприємства – це характеристика підприємства, яка є формою прояву ступеня реалізації його потенційної спроможності

формувати, утримувати та використовувати стійкі конкурентні переваги на міжнародному ринку, які відображаються його конкурентним потенціалом. Ступінь реалізації конкурентного потенціалу підприємства визначається тим, наскільки вдало, з точки зору досягнення конкретної мети, воно комбінує ресурси, створюючи конкурентні переваги. Тобто максимальний рівень міжнародної конкурентоспроможності означає не «краще, ніж у конкурентів», а «найкраще, на що здатне підприємство».

Наразі існує велика кількість методичних підходів до оцінки міжнародної конкурентоспроможності підприємств. Аналіз існуючих у сучасній літературі теоретичних підходів до оцінювання конкурентоспроможності підприємств дає підстави для їх класифікації на три основні групи: аналітичні, графічні та математичні, кожна з яких має свої переваги та недоліки (табл. 4).

Аналіз розглянутих вище методів оцінки конкурентоспроможності підприємства представлений в таблиці 5.

Проведений аналіз свідчить про те, що за певних умов для оцінювання міжнародної конкурентоспроможності підприємств може використовуватися кожен із зазначених методів.

Таблиця 5

Критеріальний аналіз методів оцінювання міжнародної конкурентоспроможності підприємств

Метод	Критерій оцінки						
	простота	чіткість	об'єктивність	універсальність використання	враховує конкретоспроможність продукту	враховує всі аспекти діяльності підприємства	сприяє розробці управлінських рішень
Метод рейтингової оцінки	+	+-	+-	+-	+	-	+
Оцінка на основі частки ринку	-	+	+	+-	-	+	-
Метод оцінки конкурентоспроможності на основі споживчої вартості	-	+-	+	+-	+	-	+-
Метод, що базується на теорії ефективноконкурентності	-	+	+	+-	-	+	+-
Метод, що базується на оцінюванні конкурентоспроможності продукції	+	+-	+-	+-	+	+-	+-
Графічний метод	-	+-	+-	+-	+	-	+-
Матричний метод	+	+-	+	+-	+	-	+-

Джерело: розроблено авторами

Однак, в той же час, практично всі пропоновані методики спрямовані на визначення конкурентоспроможності підприємства у певний момент часу. Основним недоліком розглянутих методів є їх обмеженість: або оцінюється будь-яка одна група чинників, що впливають на конкурентоспроможність підприємства, і на основі отриманих даних робиться висновок про рівень конкурентоспроможності всього підприємства, або метод є занадто складним і трудомістким для практичного використання. У різних методах оцінювання конкурентоспроможності підприємства використовуються різні групи факторів, в основному виявлені за допомогою експертних оцінок. Використання тільки якогось одного методу не дає повного уявлення про рівень конкурентоспроможності підприємства.

Отже, на основі проведеного дослідження виявлено, що не існує серед науковців і практиків консенсусу щодо єдиної, універсальної

методики оцінювання конкурентоспроможності підприємства. Науковці, як правило, пропонують різні підходи та методи оцінювання конкурентоспроможності підприємств на міжнародному ринку, і відповідно, висловлюють різні думки щодо формування системи показників оцінювання конкурентоспроможності підприємства.

Висновки. На думку авторів, оцінювання міжнародної конкурентоспроможності підприємства повинна базуватися на комплексному аналізі основних аспектів його діяльності, а тому система оцінювання конкурентоспроможності підприємства повинна базуватися на наступних групах показників: показники оцінювання конкурентоспроможності продукції, показники оцінювання конкурентоспроможності виробництва, показники оцінювання конкурентоспроможності збуту та показники оцінювання конкурентоспроможності фінансово-інвестиційної діяльності.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Ажлюк М. О. Оцінка конкурентоспроможності фірми / М. О. Ажлюк, О. С. Передрій. – М.: – 2004. – 544 с.
2. Азоев Г. Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г. Л. Азоев, А. П. Челенков. – М.: «ТИПОГРАФИЯ "НОВОСТИ"», 2000. – 256 с.
3. Ансофф І. В. Конкурентоспроможність: проблеми науки та практики / І. В. Ансофф, Л. Л. Антонюк, Ю. Б. Иванов //: монографія; Наук.-досл. центр індустр. пробл. розвитку НАН Укр.; Хар. нац. екон. ун-т. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2011. – 346 с.
4. Ахматова М. Теоретические модели конкурентоспособности / М. Ахматова, Е. Попов // Маркетинг. – 2007. – № 4. – С. 25–38.
5. Барткова Н. Н. Оценка конкурентоспособности товара и способы ее обеспечения / Н. Н. Барткова // Маркетинг. – 1999. – № 2. – С. 56 – 64.
6. Борисенко З. М. Основи конкурентної політики [підручник] / З.М. Борисенко// К.: Таксон, 2004. – 704 с.
7. Васильева З. А. Конкуренция: теория и практика. / З. А. Васильева // М.: 1996. – 196 с.
8. Воронін Г. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств. / Г. Воронін // К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 456 с.
9. Воронов А. А. Загальні положення оцінки конкурентоспроможності підприємства [електронний ресурс] / А. А. Воронов // Проблеми системного підходу в економіці. – 2008. – № 4. – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua>
10. Воронов Д. С. Оценка, анализ и выявление путей повышения конкурентоспособности предприятий [Текст] : дис. канд. экон. наук: 08.00.05 / Д. С. Воронов. – Екатеринбург, 2002. – 145 с.
11. Герасименко А. Еволюція теорії конкуренції в історії економічної думки 18-20 ст. / А. Герасименко // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2009. – № 1. – С. 102-114.
12. Горбонос Ф. В. Качество и конкурентоспособность. / Ф. В. Горбонос, Г. В. Черевко. – СПб.: Питер, 2004. – 268 с.
13. Дідівська Л. Міжнародна конкурентоспроможність підприємств та чинники, що її обумовлюють. / Л. Дідівська // Вісник Української академії банківської справи – 2003. – № 1(14). – С. 94–97.
14. Жариков В. Д. Конкурентоспособность предприятия в условиях формирования рыночных отношений / В. Д. Жариков // Х.: 2013. – 212 с.
15. Завьялов П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах: учеб. пособие. / П.С. Завьялов // – М.: ИнфраМ, 2001. – 411 с.
16. Захаров А. Н. Конкурентоспособность предприятия: сущность, методы оценки и механизмы увеличения / А. Н. Захаров, А. А. Зокин // Бизнес и банки. – 2004. – № 1–2. – С. 1–5.
17. Захарченко В.І. Конкурентоспособность предприятия: сущность, методы, оценки и механизмы увеличения. / В.І. Захарченко // Бизнес и банки. – 2004. – № 1–2. – С. 300–320.

18. Карлоф Б. Обеспечение конкурентоспособности предприятия. / Б. Карлоф // Х.: Основа, 1995. – С. 223.
19. Кириченко Д. Удосконалення методів оцінки рівня міжнародної конкурентоспроможності з урахуванням маркетингової діяльності підприємств. / Д. Кириченко // Проблеми науки. – 2000. – № 12. – 165 с.
20. Конно Т. Методы оценки конкурентоспособности. /Т. Конно, А. А. Лазаренко // Молодой ученый. –2014. – № 1. – С. 374–377.
21. Лисенко Н. О. Конкуренція та методи визначення конкурентоспроможності [електронний ресурс] / Н.О. Лисенко, В.С. Уланчук // Збірник наукових праць Уманського державного аграрного університету. – 2008. – Випуск 70. – Ч. 2. Економіка. – Режим доступу: <http://udau.edu.ua>.
22. Макконел К.Р. Экономикс: принципы, проблемы и политика. / К.Р. Макконел, С.Л. Брю // В 2-х т.: Пер. с англ. 11-го изд. Т.1. – М.: Республика, 1992. – 399 с.
23. Немцов В.Д. Методичні підходи до оцінки рівня конкурентних переваг і конкурентоздатності підприємства / В.Д. Немцов // Економіка: проблеми теорії та практики : зб. наук. праць. – Вип. 261 : в 7 т. Т. IV. – Дніпропетровськ : ДНУ, 2010. – С. 208-418
24. Оливье А. Академия рынка: Маркетинг / А. Оливье, А. Дайан, Р. Урсе; [пер. с франц. А. Дайан, Ф. Буккерель, Р. Ланкар и др.]. – М. : Экономика, 1993. – 512 с.
25. Павлова В. А. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка та стратегія забезпечення [монографія] / В. А. Павлова. – Д. : Вид-во ДУЕП, 2006. – 276 с.
26. Піддубний І.О. Управління міжнародною конкуренто-спроможністю підприємства : навч. посіб. / І. О. Піддубний, А. І. Піддубна; за ред. проф. І. О. Піддубного. – Х. : ВД «ІНЖЕК», 2004. – 264 с.
27. Попов Є. Математична модель оцінки стратегічної конкурентоспроможності підприємства / Є. Попов // Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. – 2007. – Вип. 3 (39). – С. 24-31.
28. Портер М. Конкуренція / М. Портер. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2002. – 356 с.
29. Рисс М. Стратегія управління конкурентоспроможністю підприємства. / М. Рисс // Актуальні проблеми економіки. – 2004. – № 8. – С. 176–182.
30. Селезньов А. Конкурентоспроможність і конкурентні переваги / А. Селезньов // Экономический анализ. – 2015. – № 3. – С. 34–39.
31. Сімах Ю. А. Визначення поняття конкурентостійкості підприємства / Ю.А. Сімах // Вісник Міжнародного Слов'янського Університету. Серія «Економічні науки». – Том X. – 2007. – № 1. – С. 12–16.
32. Тимохін В. Забезпечення конкурентоспроможності підприємства: стратегічні аспекти: Автореферат дис. на здобуття наук. ступеня д.е.н. Спец. 08.06.01. / В. Ф. Тимохін; Київський нац. ун-т. – К.:КНУ, 1999. – 19 с.
33. Томсон А. Стратегический менеджмент. /А. Томсон, А. Стрикленд // М.: Юнити, 2009. – С. 345–350.
34. Фасхиев Х. А. Как измерить конкурентоспособность предприятия / Х. А. Фасхиев, Е. В. Попова // Маркетинг в России и за рубежом. – 2003. – № 4. – С. 53–68.
35. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации. / Р.А. Фатхутдинов // Учебное пособие. – М.: Маркетинг, 2005. – 687 с.
36. Шинкаренко В.Г. Управление конкурентоспособностью предприятия / В.Г. Шинкаренко, А.С. Бондаренко. – Харьков : Изд-во ХНАДУ, 2003. – 186 с.
37. Рейтинг глобальної конкурентоспроможності [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://edclub.com.ua/analytika/pozyciya-ukrayiny-v-reytingu-krayin-svitu-za-indeksom-globalnoyi-konkurentospromozhnosti-0>

REFERENCES:

1. Azhliuk M. O. Otsinka konkurentospromozhnosti firmy / M. O. Azhliuk, O. S. Peredrii. – М.: – 2004. – 544 s.
2. Azoev H. L. Konkurentnye preymushchestva fyrmy / H. L. Azoev, A. P. Chelenkov. – М.: «ТИПОГРАФИЯ NOVOSTY», 2000. – 256s.
3. Ansoff I. V. Konkurentospromozhnist: problemy nauky ta praktyku I. V. Ansoff, L. L. Antoniuk, Iu. B. Ivanov // monohrafiia; Nauk.-dosl. tsentr industr. probl. rozvytku NAN Ukr. ; Khar. nats. ekon. un-t. – Kh. : VD «ІNZhEK», 2011. – 346 s.
4. Akhmatova M. Teoretycheskye modely konkurentosposobnosti / M. Akhmatova, E. Popov // Marketynh. – 2007. – № 4. – S. 25–38.
5. Bartkova N. N. Otsenka konkurentosposobnosti tovara y sposoby ee obespecheniya / N. N. Bartkova // Marketynh. – 1999. – № 2. – S.56 – 64.
6. Borysenko Z. M. Osnovy konkurentnoi polityky [pidruchnyk] / Z.M. Borysenko // К. : Takson, 2004. – 704 s.
7. Vasyleva Z. A. Konkurentsya: teoriya y praktyka. / Z. A Vasyleva // М.: 1996. – 196 s.
8. Voronin H. Upravlinnia mizhnarodnoiu konkurentospromozhnistiu pidpriemstv. / H. Voronin // К.: Tsentr navchalnoi literatury, 2006. – 456 s.

9. Voronov A. A. Zahalni polozhennia otsinky konkurentospromozhnosti pidpriemstva [elektronnyi resurs] / A. A. Voronov // Problemy systemnoho pidkhodu v ekonomitsi. – 2008. – № 4. – Rezhym dostupu: <http://www.nbu.gov.ua>
10. Voronov D. S. Otsenka, analiz y vyivavlennye putei povysheniya konkurentospodobnosti predpriyatyi [Tekst] : dys. kand. ekon. nauk: 08.00.05 / D. S. Voronov. – Ekaterynburh, 2002. – 145 s.
11. Herasymenko A. Evoliutsiia teorii konkurentsii v istorii ekonomichnoi dumky 18-20 st. / A. Herasymenko // Visnyk Kyivskoho natsionalnoho torhivno-ekonomichnoho universytetu. – 2009. – № 1. – S. 102-114.
12. Horbonos F. V. Kachestvo y konkurentospodobnost. / F. V. Horbonos, H. V. Cherevko. – SPb.: Pyter, 2004. – 268 s.
13. Didivska L. Mizhnarodna konkurentospromozhnist pidpriemstv ta chynnyky, shcho yii obumovliuiut. / L. Didivska // Visnyk Ukrainskoi akademii bankivskoi spravy – 2003. – № 1(14). – S. 94–97.
14. Zharykov V. D. Konkurentospodobnost predpriyatya v usloviakh formirovaniya rynochnykh otnosheni / V. D. Zharykov // Kh.: 2013. – 212 s.
15. Zavalov P.S. Marketynh v skhemakh, rysunkakh, tablytsakh: ucheb. posobyе. / P.S. Zavalov // – M.: YnfraM, 2001. – 411 s.
16. Zakharov A. N. Konkurentospodobnost predpriyatya: sushchnost, metody otsenky y mekhanizmy uvelycheniya / A. N. Zakharov, A. A. Zokyn // Byznes y banky. – 2004. – № 1–2. – S. 1–5.
17. Zakharchenko V.I. Konkurentospodobnost predpriyatya: sushchnost, metody, otsenky y mekhanizmy uvelycheniya / V.I. Zakharchenko // Byznes y banky. – 2004. – № 1–2. – S. 300–320.
18. Karlof B. Obespechenye konkurentospodobnosti predpriyatya. / B. Karlof // Kh.: Osnova, 1995. – S. 223.
19. Kyrychenko D. Udoskonalennia metodiv otsinky rivnia mizhnarodnoi konkurentospromozhnosti z urakhuvanniam marketynhovoї diialnosti pidpriemstv. / D. Kyrychenko // Problemy nauky. – 2000. – № 12. – 165 s.
20. Konno T. Metody otsenky konkurentospodobnosti. / T. Konno, A. A. Lazarenko // Molodoi uchenyi. – 2014. – № 1. – S. 374–377.
21. Lysenko N. O. Konkurentsiia ta metody vyznachenni konkurentospromozhnosti [elektronnyi resurs] / N.O. Lysenko, V.S. Ulanuchuk // Zbirnyk naukovykh prats Umanskoho derzhavnogo aharnoho universytetu. – 2008. – Vypusk 70. – Ch. 2. Ekonomika. – Rezhym dostupu: <http://udau.edu.ua>.
22. Makkonel K.R. Ekonomyks: pryntsyry, problemy y polytyka. / K.R. Makkonel, S.L. Briu // V 2-kh t.: Per. s anhl. 11-ho yzd. T.1. – M.: Respublika, 1992. – 399 s.
23. Niemtsov V.D. Metodichni pidkhody do otsinky rivnia konkurentnykh perevah i konkurentozdatnosti pidpriemstva / V.D. Niemtsov // Ekonomika: problemy teorii ta praktyky : zb. nauk. prats. – Vyp. 261 : v 7 t. T. IV. – Dnipropetrovsk : DNU, 2010. – S. 208-418.
24. Olyve A. Akademyia rynku: Marketynh / A. Olyve, A. Daian, R. Urse; [per. s frants. A. Daian, F. Bukkerel, R. Lankar y dr.]. – M. : Ekonomyka, 1993. – 512 s.
25. Pavlova V. A. Konkurentospromozhnist pidpriemstva: otsinka ta stratehiia zabezpechenni [monohrafiia] / V. A. Pavlova. – D. : Vyd-vo DUEP, 2006. – 276 s.
26. Pidubnyi I.O. Upravlinnia mizhnarodnoiu konkurento-spromozhnistiu pidpriemstva : navch. posib. / I. O. Pidubnyi, A. I. Pidubna; za red. prof. I. O. Pidubnoho. – Kh. : VD «INZhEK», 2004. – 264 s.
27. Popov Ie. Matematychna model otsinky stratehichnoi konkurentospromozhnosti pidpriemstva / Ie. Popov // Visnyk Natsionalnoho universytetu vodnoho hospodarstva ta pryrodokorystuvanni. – 2007. – Vyp. 3 (39). – S. 24-31.
28. Porter M. Konkurentsiia / M. Porter. – M. : Yzdatskyi dom «Vyliams», 2002. – 356 s.
29. Ryss M. Stratehiia upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpriemstva. / M. Ryss // Aktualni problemy ekonomiky. – 2004. – № 8. – S. 176–182.
30. Seleznov A. Konkurentospromozhnist i konkurentni perevahy / A. Seleznov // Ekonomycheskyi analiz. – 2015. – № 3. – S. 34–39.
31. Simekh Iu. A. Vyznachenni poniattia konkurentostiikist pidpriemstva / Iu.A. Simekh // Visnyk Mizhnarodnoho Slovianskoho Universytetu. Seriia «Ekonomichni nauky». – Tom X. – 2007. – № 1. – S. 12–16.
32. Tymokhin V. Zabezpechenni konkurentospromozhnosti pidpriemstva: stratehichni aspekty: Avtoreferat dys. na zdobuttia nauk. stupenia d.e.n. Spets. 08.06.01. / V. F. Tymokhin; Kyivskiy nats. un-t. – K.:KNU, 1999. – 19 s.
33. Tomson A. Stratehycheskyi menedzhment. / A. Tomson, A. Stryklend // M.: Yunyty, 2009. – S. 345–350.
34. Faskhyev X. A. Kak yzmeryt konkurentospodobnost predpriyatya / X. A. Faskhyev, E. V. Popova // Marketynh v Rossyy y za rubezhom. – 2003. – № 4. – S. 53–68.
35. Fatkhutdynov R.A. Upravlenye konkurentospodobnostiu orhanyzatsyy. / R.A. Fatkhutdynov // Uchebnoe posobyе. – M.: Marketynh, 2005. – 687 s.
36. Shynkarenko V.H. Upravlenye konkurentospodobnostiu predpriyatya / V.H. Shynkarenko, A.S. Bondarenko. – Kharkov : Yzd-vo KhNADU, 2003. – 186 s.
37. Reitynh hlobalnoi konkurentospromozhnosti [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu : <http://edclub.com.ua/analitika/pozyciya-ukrayiny-v-reityngu-krayin-svitu-za-indeksom-globalnoyi-konkurentospromozhnosti-0>.