УДК 330.1

Н. Бшарат,
здобувач, Міжрегіональна академія управління персоналом
ORCID ID: 0000-0002-7696-3001

DOI: 10.32702/2306-6792.2019.16.76

МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПОТЕНЦІАЛОМ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

N. Bsharat,
postgraduate student, Interregional Academy of Personnel Management

METHODOLOGICAL PRINCIPLES OF EVALUATION OF EFFICIENCY OF MANAGEMENT OF THE POTENTIAL OF COMPETITIVENESS OF THE TRADING ENTERPRISES

Метою статті є теоретико-методологічне обґрунтування принципів діагностики, розробка методологічних засад оцінки ефективності управління потенціалом конкурентоспроможності торговельного підприємства як елемента конкурентної стратегії управління потенціалом конкурентоспроможності торговельного підприємства.

У процесі дослідження використовувались: загальнонаукові методи, зокрема: методи теоретичного узагальнення — для дослідження теоретичних підходів до моніторингу ефективності управління потенціалом конкурентоспроможності торговельного підприємства; системний підхід — для обґрунтування методологічних засад комплексної оцінки ефективності процесу управління потенціалом конкурентоспроможності торговельного підприємства, його переваг та особливостей.

Обґрунтовано сутність та загальні положення комплексної оцінки ефективності управління потенціалом конкурентоспроможності торговельного підприємства.

Наукова новизна полягає у розробці методологічних засад комплексної оцінки ефективності управління потенціалом конкурентоспроможності торговельного підприємства.

Отримані результати дослідження направлені на своєчасне розпізнавання ризиків та загроз, симптомів, факторів та причин недостатнього рівня конкурентоспроможності торговельного підприємства, експертне оцінювання ефективності управління потенціалом конкурентоспроможності торговельного підприємства. Вони можуть бути використані для покращення якості управління та підвищення рівня конкурентоспроможності торговельного підприємства.

The purpose of the article is theoretical and methodological substantiation of principles of diagnostics, development of methodological bases of estimation of efficiency of management of potential of competitiveness of trading enterprise, as an element of competitive strategy of management of potential of competitiveness of trading enterprise.

In the course of the research were used: general scientific methods, in particular: methods of theoretical generalization — to study theoretical approaches to monitoring the effectiveness of managing the potential of competitiveness of a trading enterprise; systematic approach — to substantiate the methodological foundations of a comprehensive assessment of the efficiency of the process of managing the competitiveness of a trading enterprise, its advantages and features.

The essence and the general provisions of the complex assessment of the effectiveness of managing the competitiveness of a trading enterprise are substantiated.

Originality consists in the development of methodological foundations for assessment of the effectiveness of managing the competitiveness of a trading enterprise are substantiated.

Comprehensive assessment of the competitiveness management potential of a trading company is an integral part of the concept of a competitive strategy for managing the competitiveness of a trading company and incorporates the best features and principles of the known methods of assessing the competitiveness and competitiveness of the enterprise. Of particular value to our methodological principles of evaluating the effectiveness of managing the competitiveness of a trading company is that they allow you to solve the following questions:

- make and adjust management decisions on managing the enterprise's competitiveness potential;
- to develop measures to increase the potential of the enterprise's competitiveness (revision of product parameters to consumer requirements; revision of the company's sales policy, advertising, marketing, etc.; development and use of new price factors for improving the competitiveness of products, etc.);
- adjust the principles of the strategy and tactics of managing the competitiveness of the enterprise.

The results of the study are aimed at timely identification of risks and threats, symptoms, factors and reasons for the lack of competitiveness of the trading company, expert evaluation of the effectiveness of managing the competitiveness of the trading company. They can be used to improve the quality of management and enhance the competitiveness of a trading company.

Ключові слова: потенціал конкурентоспроможності, торговельне підприємство, інтегральний показник, критерії, ефективність, оцінювання, методологія.

Key words: competitiveness potential, trading company, integral indicator, criteria, efficiency, evaluation, methodology.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

На сьогодні питання ефективного використання та управління потенціалом конкурентоспроможності є вкрай важливим і актуальним для будь-яких підприємств, у тому числі і торговельних підприємств. Зважаючи на те, що забезпечення потенціалу конкурентоспроможності торговельних підприємств є багатоцільовою і багатоплановою проблемою, оскільки кінцевий результат залежить від якості рішень, які приймаються, обґрунтованого придбання і перерозподілу ресурсів, застосування нових підходів при розробці організаційних структур управління і багатьох інших чинників, набуває особливого значення і актуальності питання оцінювання ефективності управління потенціалом конкурентоспроможності торговельного підприємства.

З огляду на складність та неоднозначність питання управління потенціалом конкурентоспроможності підприємств, складним автоматично стає і питання оцінювання потенціалу конкурентоспроможності підприємства, який є агрегованим, узагальнюючим показником,

що включає в себе потенційні можливості всіх ресурсів, структурних одиниць та елементів всього потенціалу будь-якого підприємства, в тому числі і торговельного. Внаслідок цього, на сьогодні розроблено значну кількість методів водночас пріоритети в оцінці суттєво відрізняються від тих, що розроблено зарубіжними науковцями та вітчизняними науковцями. Однак слід зазначити, що в процесі здійснення оцінки формування та реалізації потенціалу торговельного підприємства мають бути вирішені такі завдання: яка величина сформованого підприємством потенціалу і чи достатня вона для досягнення визначених цілей; наскільки збалансовано відбувалося формування елементів потенціалу; в якій мірі реалізовано сформований потенціал і чи відповідає створена підприємством цінність необхідному (запланованому, очікуваному, цільовому) рівню; наскільки узгоджується процес реалізації потенціалу із динамікою зовнішніх умов і процесів; наскільки ефективно відбувався процес створення цінності за рахунок реалізації потенціалу підприємства.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Питанням оцінки конкурентоспроможності оцінки конкурентоспроможності приділено увагу в працях багатьох вітчизняних та іноземних вчених, зокрема: Д. Барабась, П. Брін, А. Газіна, В. Дикань, О. Дуброва, Ю. Іванов, М. Кизим, А. Кваско, С. Клименко, Р. Лупак, О. Николук, Т. Омеляненко, В. Прохорова, О. Янковий та інших. Теорію та методологію формування та оцінки потенціалу підприємства всебічно представлено в наукових працях економістів, зокрема О. Балацького, Б. Бачевського, І. Джаїн, Н. Краснокутської, Ю. Киндзерського, Є. Лапіна, О. Олексюка, Є. Попова, І. Репіної, О. Федоніна тощо.

МЕТА СТАТТІ

Метою статті є теоретико-методологічне обґрунтування принципів діагностики, розробка методологічних засад оцінки ефективності управління потенціалом конкурентоспроможності торговельного підприємства як елемента конкурентної стратегії управління потенціалом конкурентоспроможності торговельного підприємства.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Всю сукупність підходів до оцінювання конкурентоспроможності потенціалу підприємства, які набули поширення серед зарубіжних фахівців можна поділити за класифікаційними ознаками на 4 великі групи, водночас один метод за своїми класифікаційними ознаками може входити до кількох груп:

По-перше, за напрямом формування інформаційної бази. Сюди відносяться:

— критеріальні методи — їх сутність полягає у використанні абсолютних значень визначених основних показників у натуральному або вартісному визначенні. Зазначені методи вважаються найбільш точними;

— експертні методи — їх сутність полягає у використанні експертної думки досвідчених фахівців відповідної сфери.

По-друге, за способом відображення кінцевих результатів. Сюди відносяться:

— графічні методи — їх сутність полягає у використанні графічних об'єктів (графіки, діаграми, рисунки) для інтерпретації кінцевих результатів оцінки, що робить їх доволі видовими;

— логістичні методи — їх сутність полягає у використанні в процесі оцінки логічних припущень та різноманітних алгоритмічних методів;

— математичні методи — їх сутність полягає у використанні факторних моделей оцінки певного інтегрального показника/кількох цифрових значень показників. На підставі цього визначається кінцева оцінка.

По-третє, за можливістю розробки управлінських рішень. Сюди відносяться:

— одномоментні методи — їх сутність полягає у використанні статистичних підходів для оцінки ситуації на підприємстві та стану справ на момент оцінювання без можливого прогнозування ситуації в майбутньому;

— стратегічні методи — їх сутність полягає у можливості здійснення оцінки не лише на дату оцінювання, а й на перспективу для формування стратегічних планів та завдань.

По-четверте, за способом оцінки. Сюди відносяться:

— індикаторні методи — їх сутність полягає у можливості визначення інтегральної оцінки за допомогою використання цілого ряду різних показників, стандартів, характеристик;

— матричні методи — їх сутність полягає у можливості дослідження та оцінки процесів конкуренції в їх взаємній залежності та в динаміці.

Окремо наведемо класифікацію методів оцінки, що виділяють вітчизняні науковці. Так, Р. Жовновач у роботі "Про впорядкування факторів формування конкурентоспроможності підприємства" пропонує таку класифікацію методів оцінювання потенціалу конкурентоспроможності підприємства:

— Матричні методи — полягають у визначенні кількісного значення інтегрального рейтингового показника розвитку окремого підприємства або у графічному визначенні його позиції за певними параметрами, а також дають змогу здійснити аналіз окремих аспектів діяльності підприємства, середовища функціонування, ринкової позиції; визначити основні напрями подальшого розвитку. До основних з них автор відносить: матрицю "Бостонської консалтингової групи", матрицю І. Ансоффа; матриця Мак Кінсі, матрицю конкурентних стратегій М. Портера, матрицю Томпсона-Стрікланда, SWOT-аналіз, SPACE-аналіз, STEP-аналіз.

— Графічні методи — забезпечують наочність сприйняття кінцевих результатів оцінки, інтерпретованих у графічних об'єктах, щодо наведення відповідних розрахунків та логічних висновків. До основних з них автор відносить: графіки порівнянь, аналітичні графіки, ілюстративні графіки, діаграми, картограми, картодіаграми, моделі розвитку, засновані на теорії життєвого циклу.

— Індексні методи — базуються на комплексній характеристиці відносної зміни елементів розвитку підприємства у часі, просторі або порівняно з еталоном, які внаслідок наявності функціональної залежності між ними представлені системою взаємопов'язаних показників за принципом представлення інтегрального результату через його складові. До основних з них автор відносить: метод, що ґрунтується на визначенні конкурентоспроможності продукції, метод, що ґрунтується на теорії ефективної конкуренції, метод, що ґрунтується на визначенні сили реактивної позиції, метод, що ґрунтується на теорії рівноваги фірми та галузі, метод інтегральної оцінки, метод бенчмаркінгу.

— Аналітичні методи — базуються на здійсненні розрахунково-аналітичних операцій з вхідними даними. Водночас залежно від конкретної методики аналізу застосування цих методів може передбачати як прості арифметичні операції, так і досить складні розрахунки. До основних з них автор відносить: метод різниць, метод рангів, метод балів, методи експертної оцінки, метод системи диференційних рівнянь [1].

Ю. Іванов, А. Тищенко, Н. Дробитько, О. Головка пропонують ділити всі методи оцінювання на 9 таких груп, що, на нашу думку, навряд чи знайде практичне застосування:

1. Методи, що засновані на аналізі порівняльних переваг.
2. Методи, що базуються на теорії рівноваги фірми і галузі.
3. Методи, що побудовані на основі теорії ефективної конкуренції.
4. Методи, що засновані на теорії якості товару.
5. Матричні методи оцінки конкурентоспроможності.
6. Інтегральний метод.
7. Метод, що заснований на теорії мультиплікатора.

8. Метод визначення позиції в конкуренції з точки зору стратегічного потенціалу підприємства.

9. Методи, що засновані на порівнянні з еталоном [2].

З практичної точки зору, викликає зацікавленість класифікація, запропонована Н. Краснокутською в монографії "Управління потенціалом торговельного підприємства". На підставі вивчення літературних джерел, в яких були представлені існуючі методичні підходи до вирішення проблеми оцінювання потенціалу підприємства та його елементів, науковцем було сформовано авторське бачення систематизації методів оцінювання потенціалу, що охоплювало такі класифікаційні ознаки: характер оціночних показників; зв'язок з об'єктом оцінки; універсальність застосування; методика дослідження оціночних показників; спосіб узагальнення результатів оцінки. За визначеними ознаками Н. Краснокутською було запропонована така класифікація:

— залежно від характеру показників: кількісні, якісні, змішані методи;

— залежно від зв'язку з об'єктом оцінки: методи прямої оцінки, методи опосередкованої оцінки;

— залежно від універсальності застосування: загальні методи (декомпозиції, індексний, коефіцієнтний, експертних оцінок і метод балів) та специфічні (вартісні) методи (методи витратного підходу потоків, дисконтованих грошових потоків, капіталізації);

— залежно від методики дослідження показників: детермінованого факторного аналізу, таксономічного аналізу, нечітких множин, порівняння;

— залежно від способу узагальнення результатів: на базі одного оціночного показника, моделювання зведеного показника (адитивні моделі, мультиплікативні моделі, моделі комплексної рейтингової оцінки, моделі еластичності), графоаналітичне моделювання [3, с. 146].

Безумовно, всі вищезазначені та інші класифікації методів оцінювання є цікавими і корисними, підтверджують, що оцінювання потенціалу підприємства може здійснюватись на підставі та за допомогою доволі широкого переліку різноманітних методів, що зумовлює можливість та доцільність обґрунтування їх використання, а також розробки відповідних методології та інструментарію оцінювання потенціалу торговельного

підприємства. Після вищезазначеного зупинимось більш детально безпосередньо на методах оцінювання ефективності управління потенціалом конкурентоспроможності торговельних підприємств, які знайшли найбільшого поширення і підтвердили свою ефективність та дієвість. І тут слід зазначити, що у процесі діяльності торговельних підприємств на рівень їх конкурентних переваг порівняно з конкурентами впливає ціла низка різноманітних чинників як зовнішнього, так і внутрішнього середовища. Це вимагає застосування комплексного підходу до оцінки з метою залучення до оцінки найбільшої кількості важливих показників діяльності торговельного підприємства. На противагу цьому відсутність у торговельного підприємства високих конкурентних позицій у певних сегментах позначається на послабленні його конкурентних переваг порівняно зі стратегічними конкурентами. Беручи до уваги особливості діяльності торговельних підприємств, інколи доволі складно стає оцінити реальні фінансові та часткові витрати його конкурентів з огляду на копіювання конкурентних переваг, саме тому стійкість конкурентних переваг варто розглядати з позиції можливості утримувати їх торговельними підприємствами у довгостроковому періоді [4, с. 116]. Як наслідок цього, основним результатом успішної діяльності торговельного підприємства є збільшення частки на ринку, ріст фінансової стійкості, ліквідності та кредитоспроможності саме у довгостроковій перспективі, що дозволяє збільшувати ринкову вартість підприємства, рівень його капіталізації, формувати резерв фінансових ресурсів підприємства для досягнення визначених ним стратегічних цілей та завдань діяльності.

Як показав, здійснений нами аналіз, найбільшою популярністю серед науковців (А. Авдеєнко, Є. Лапін, О. Олексюк, Б. Прикін та інші) користуються методи вартісної оцінки потенціалу конкурентоспроможності підприємства. Основою такої оцінки є визначення величини витрат на створення потенціалу конкурентоспроможності підприємства. Розглянемо модель потенціалу, запропоновану Є. Лапіним, в основі якої лежить вартісна оцінка витрат:

$$\text{ЕПП} = \text{КПР} \cdot \text{Ч} (\text{ОБК} + \text{ФО} + \text{ОЗ} + \text{ПТР} + \text{ІП}) \quad (1),$$

де ЕПП — економічний потенціал підприємства;

КПР — коефіцієнт, що враховує вплив на потенціал підприємства природно-ресурс-

ного чинника (кліматичних умов, ландшафтних особливостей, наявності природних ресурсів, транспортної, комунальної, інформаційної та соціальної інфраструктури);

ОБЗ, ФО, ОЗ — відповідно оборотні кошти; фонди обігу; середньорічна вартість основних засобів (враховуючи витрати на їх модернізацію) підприємства;

ПТР — потенціал трудових ресурсів підприємства;

ІП — інтелектуальний потенціал підприємства [5, с. 99].

Водночас зазначена модель має доволі обмежений характер, а сама вартісна оцінка потенціалу підприємства здійснює акцент і дорівнює вартості майна підприємства та витрат на його утримання, та, частково, витрат на забезпечення інноваційного процесу на підприємстві і відповідного навчання персоналу.

Н. Краснокутською була розроблена адитивна модель для оцінювання вартості ресурсного потенціалу (ВСРП) торговельного підприємства за сумарною скоригованою вартістю його елементів у поточних цінах з урахуванням всіх попередньо здійснених поправок на знос або зміни ринкової кон'юнктури у місці розташування:

$$\text{ВСРП} = \text{ВПТР} + \text{ВТП} + \text{ВПП} + \text{ВКП} + \text{ВФП} + \text{ВРП} + \text{ВІП} \quad (2),$$

де ВПТР — вартість потенціалу товарних ресурсів;

ВТП — вартість технічного потенціалу (сформованого за рахунок активної частини основних фондів);

ВПП — вартість просторового потенціалу;

ВКП — вартість кадрового потенціалу;

ВФП — вартість фінансового потенціалу торговельного підприємства;

ВРП — вартість репутаційного потенціалу торговельного підприємства;

ВІП — вартість інформаційного потенціалу.

Як зазначається в Звіті про науково-дослідну роботу "Оцінка конкурентоспроможності підприємства переробної галузі і розробка рекомендацій щодо її підвищення", широкого поширення для оцінки конкурентоспроможності підприємства набув наступний базовий вираз визначення інтегрального показника конкурентоспроможності:

$$K = \sum_{i=1}^N W_i K_i \quad (3),$$

де K_i — часткові показники конкурентоспроможності окремих сторін діяльності підприємства загальним числом N ;

W_i — вагомість окремих чинників у загальній сумі [6].

П. Куцик, А. Медвідь, В. Шевчук та Д. Хариневич-Яворська розробили формулу розрахунку інтегрального показника оцінювання конкурентоспроможності торговельного підприємства:

$$I_{KCi} = \sqrt{\sum_{p=1}^K (R_{ip} - R_{op})^2} \quad (4),$$

де I_{KCi} — інтегральний показник оцінювання конкурентоспроможності i -го торговельного підприємства;

p — сума часткових параметрів оцінювання конкурентоспроможності i -го підприємства ($p = 1, 2, 3, \dots, g$);

R_{op} — еталонне значення часткового параметра оцінювання конкурентоспроможності торговельного підприємства.

Запропонований науковцями інтегральний показник характеризує відносний рівень компетенції базового торговельного підприємства щодо інших підприємств-конкурентів у нагромадженні та використанні економічного потенціалу в конкурентному середовищі. Еквівалентність обраних показників конкурентоспроможності здійснюється не за абсолютними критеріями, а завдяки їх відносній варіації, що дозволяє забезпечити економічне трактування отриманих результатів [4, с. 123].

Підсумовуючи результати здійсненого дослідження методів оцінювання потенціалу конкурентоспроможності підприємства, слід зазначити, що не існує єдиної універсальної методики, яка б задовольняла всім вимогам і не мала слабких сторін, суб'єктивизму або певних обмежень. Водночас здійснене дослідження дозволило також визначити основні принципи, на яких повинна будуватись якісна методика оцінювання потенціалу конкурентоспроможності торговельного підприємства. Серед основних принципів слід виділити наступні:

— метод повинен бути дієвим, а також повинен мати конкретну мету: для покращання діяльності підприємства та його конкурентоспроможності, коригування та/або визначення його стратегічної поведінки;

— методика повинна мати комплексний підхід і об'єднувати в собі кілька різних методів, що довели свою ефективність;

— зважаючи на те, що потенціал конкурентоспроможності підприємства є доволі склад-

ним багатограним показником, для його оцінки слід використовувати як одиничні абсолютні показники, так і відносні показники;

— зважаючи на складність показника доцільним є використання і розрахунок певної інтегральної оцінки;

— необхідною умовою методу повинно бути обов'язкове порівняння підприємства та показників його діяльності з найближчими конкурентами, вибір яких повинен бути обґрунтованим, а не випадковим;

— результати методу оцінювання не повинні бути повинні стати передумовою для.

Виходячи з результатів здійсненого нами дослідження, вважаємо, що алгоритм оцінювання потенціалу конкурентоспроможності торговельного підприємства повинен бути таким:

— дослідження фінансового стану торговельного підприємства. Серед основних узагальнюючих показників повинні бути: рентабельність капіталу, рентабельність обороту, тривалість операційного та фінансового циклів, фінансова стійкість, платоспроможність та ліквідність, ризики та ефективність управління;

— дослідження внутрішнього та зовнішнього середовища;

— визначення набору конкурентоспроможних елементів та побудова на його основі карти конкурентоспроможності торговельного підприємства;

— оцінка потенціалу конкурентоспроможності найближчих конкурентів торговельного підприємства;

— розробка та розрахунок інтегральної оцінки потенціалу конкурентоспроможності торговельного підприємства та його найближчих конкурентів;

— визначення подальшої поведінки шляхом прийняття та коригування управлінських рішень щодо управління потенціалом конкурентоспроможності підприємства, коригування стратегії та тактики управління потенціалом конкурентоспроможності підприємства.

ВИСНОВКИ З ПРОВЕДЕНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

Комплексна оцінка ефективності управління потенціалом конкурентоспроможності торговельного підприємства є невід'ємною складовою концепції конкурентної стратегії управління потенціалом конкурентоспроможності торговельного підприємства і ввібрала в себе найкращі особливості та засади відомих методів оцінювання конкурентоспроможності та

потенціалу конкурентоспроможності підприємства. Особлива цінність запропонованих нами методологічних засад оцінки ефективності управління потенціалом конкурентоспроможності торговельного підприємства полягає в тому, що вони дозволяють вирішити такі питання:

— прийняти та коригувати управлінські рішення щодо управління потенціалом конкурентоспроможності підприємства;

— розробити заходів для підвищення потенціалу конкурентоспроможності підприємства (перегляд параметрів продукції до вимог споживачів; перегляд збутової політики підприємства, рекламної, маркетингової тощо; розробка і використання нових цінових факторів підвищення конкурентоспроможності продукції та інші);

— скоригувати засади стратегії та тактики управління потенціалом конкурентоспроможності підприємства.

Література:

1. Жовновач Р.І. Про впорядкування факторів формування конкурентоспроможності підприємства. Ефективна економіка: електрон. наук. фахове вид. 2011. № 5. С. 84—89.

2. Иванов Ю.Б., Тищенко А.Н., Дробитько Н.А., Головки О.С. Конкурентоспособность предприятия: оценка, диагностика, стратегия. Вісник ХГЭУ. 2003. № 3. С. 97—121.

3. Краснокутська Н.С. Управління потенціалом торговельного підприємства: монографія / Н.С. Краснокутська. — Харків: Харк. держ. ун-т харчування та торгівлі, 2012. 322 с.

4. Куцик П.О., Медвідь Л.Г., Шевчук В.О., Харинович-Яворська Д.О. Діяльність торговельних підприємств у конкурентному середовищі: контрольно-аналітичне забезпечення системи управління: монографія / Куцик П.О., Медвідь Л.Г., Шевчук В.О., Харинович-Яворська Д.О. — Чернівці: Технодрук, 2015. 370 с.

5. Лапин Е.В. Экономический потенциал предприятия: монография / Е.В. Лапин. — Сумы: Университетская книга, 2002. — 310 с.

6. Звіт про науково-дослідну роботу "Оцінка конкурентоспроможності підприємства переробної галузі і розробка рекомендацій щодо її підвищення" за кер. Сабадириова А.Л. — Одеса: ОНЕУ. 2013. 173 с.

Referenses:

1. Zhovovach, R.I. (2011), "On regulation of factors of formation of competitiveness of the enterprise", An efficient economy: an electron. Sciences. speciality type, vol. 5, pp. 84—89.

2. Ivanov, Y.B. Tishchenko, A.N. Drobotko, N.A. and Golovko, O.S. (2003), "Competitiveness of the enterprise: evaluation, diagnostics, strategy", Bulletin of KHSEU, vol. 3, pp. 97—121.

3. Krasnokutskaya, N.S. (2012), Upravlinnia potentsialom torhovel'noho pidpriemstva [Management of the potential of a trading enterprise], Kharkiv. state. Univ. of Food and Trade, Kharkiv, Ukraine.

4. Kutsik, P.A. Medvid, L.G. Shevchuk, V.A. and Kharinovich-Yavorskaya, D.O. (2015), Diiial'nist' torhovel'nykh pidpriemstv u konkurentnomu seredovyschi: kontrol'no-analitychne zabezpechennia systemy upravlinnia [Activity of trading enterprises in a competitive environment: control and analytical support of the management system], Techno-print, Chernivtsi, Ukraine.

5. Lapin, E.V. (2002), Ekonomycheskyj potentsyal predpriatyia [Economic potential of the enterprise], University Book, Sumy, Ukraine.

6. Sabadyr'ov, A. L. (2013), Zvit pro naukovo-doslidnu robotu "Otsinka konkurentospromozhnosti pidpriemstva pererobnoi haluzi i rozrobka rekomendatsij schodo ii pidvyschennia" [The report on research work "Assessment of competitiveness of the processing industry enterprise and development of recommendations for its improvement"], ONEU, Odessa, Ukraine.

Стаття надійшла до редакції 16.08.2019 р.

ПЕРЕДПЛАТА

ВИДАННЯ МОЖНА ПЕРЕДПЛАТИТИ З БУДЬ-ЯКОГО МІСЯЦЯ!

— ЧЕРЕЗ РЕДАКЦІЮ (ТЕЛ. 458-10-73);

— ЧЕРЕЗ ДП "ПРЕСА"
(У КАТАЛОЗІ ВИДАНЬ УКРАЇНИ);

— ЧЕРЕЗ ПЕРЕДПЛАТНІ АГЕНТСТВА