

УДК 334.716:658.821

Л. М. Березіна,

д. е. н., професор, професор кафедри економіки та міжнародних економічних відносин,
Полтавський державний аграрний університет, м. Полтава

ORCID ID: 0000-0003-2843-5893

О. В. Вараксіна,

к. е. н., доцент, доцент кафедри менеджменту імені І. А. Маркіної

Полтавський державний аграрний університет, м. Полтава

ORCID ID: 0000-0003-1351-6578

А. С. Олійник,

к. е. н., старший викладач кафедри менеджменту імені І. А. Маркіної,

Полтавський державний аграрний університет, м. Полтава

ORCID ID: 0000-0002-0274-5204

А. Г. Рак,

здобувач вищої освіти спеціальності "Менеджмент",

Полтавський державний аграрний університет, м. Полтава

ORCID ID: 0000-0002-8647-5335

DOI: 10.32702/2306-6792.2021.21.35

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

L. Berezina,

Doctor of Economic Sciences, Professor, Professor of the Department of Economics
and International Economic Relations, Poltava State Agrarian University, Poltava

E. Varaksina,

PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department
of Management named after I.A. Markina, Poltava State Agrarian University, Poltava

A. Oliinyk,

PhD in Economics, Senior Lecturer of the Department of Management named
after I.A. Markina, Poltava State Agrarian University, Poltava

A. Rak,

Applicant for higher education specialty Management, Poltava State Agrarian University, Poltava

THEORETICAL AND METHODOLOGICAL FUNDAMENTALS OF ENTERPRISE COMPETITIVENESS MANAGEMENT

У статті наведено основні елементи управління конкурентоспроможністю та з'ясовано їх взаємозв'язок. Досліджено функції управління конкурентоспроможністю підприємства. Доведено, що реалізація функцій управління конкурентоспроможністю підприємств формує цикл управління конкурентоспроможністю. Проаналізовано парадигму пріоритетів управління конкурентоспроможністю підприємства. Досліджено адаптації підприємств до конкурентних умов нестабільного та мінливого зовнішнього середовища. Систематизовано групи методів формування конкурентних стратегій. Наведено основні переваги методів оцінки конкурентоспроможності підприємства. Зазначено, що оцінка конкурентоспроможності, що здійснюється підприємствами, у більшості випадків заснована на інтуїції, адже об'єктивний аналіз стану підприємства можна отримати тільки шляхом формалізації її окремих показників. Виокремлено головні критерії та показники конкурентоспроможності підприємства та продукції. З'ясовано, що розрахунок рівня управління конкурентоспроможністю акумулює у собі найважливіші оцінки господарської діяльності підприємства, виключає дублювання показників, дозволяє своєчасно отримати картину стану підприємства на галузевому ринку.

The article presents the main elements of competitiveness management and clarifies their relationship. The modern concept of enterprise competitiveness management is based on the use of management theory, according to which the main elements of management are the purpose, subject, object, methodology and principles, process and management functions. The functions of enterprise competitiveness management are investigated. It is proved that the implementation of the functions of enterprise competitiveness management forms the cycle of competitiveness management. The paradigm of priorities of enterprise competitiveness management is analyzed. The adaptations of enterprises to the competitive conditions of unstable and changing external environment are investigated. The ambiguity of the functioning methodological principles for the study of enterprise competitiveness management is caused by the multiplicity of approaches and evaluation methods. Groups of methods of formation of competitive strategies are systematized. The main advantages of methods for assessing the competitiveness of the enterprise are presented. It is noted that the assessment of competitiveness carried out by enterprises, in most cases, is based on intuition, because an objective analysis of the state of the enterprise can be obtained only by formalizing its individual indicators. The main criteria and indicators of competitiveness of the enterprise and products are singled out. It was found that the calculation of the level of competitiveness management accumulates the most important assessments of economic activity of the enterprise, eliminates duplication of indicators, allows you to get a timely picture of the state of the enterprise in the industry market. The potential of the enterprise has a significant impact on the strategy development process. By improving the internal composition, maintaining a balanced resource, the company increases its capabilities. The strategic potential is determined by the internal environment and depends on external factors: consumer demand, actions of competitors, relations with suppliers of raw materials, government policy, etc.

Ключові слова: управління конкурентоспроможністю, елементи, цикл, функції, групи методів, парадигма пріоритетів, критерії, показники.

Key words: competitiveness management, elements, cycle, functions, groups of methods, paradigm of priorities, criteria, indicators.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

Управління конкурентоспроможністю підприємства набуло більшої значимості після появи сучасних ідей для розвитку бізнесу, нових запитів з боку споживачів, розвитку інформаційних технологій. Кожне підприємство є унікальним і процес вироблення конкурентної стратегії залежить від позиції підприємства на ринку, динаміки його розвитку, потенціалу, поведінки конкурентів, характеристик виробленого ним товару і послуг, стану економіки, культурного середовища.

Оскільки основною метою підприємств є збереження (розширення) позицій на ринку та стабільне отримання прибутку (його зростання), то максимізація прибутку може бути досягнута шляхом забезпечення високої конкурентоспроможності. Посилення конкуренції на внутрішньому і зовнішньому ринку зумовлене посиленням глобалізації світової економіки, зростанням темпів та масштабів змін у технологічному середовищі виробництва. Постійний контроль за конкурентами та відстеження власної позиції на ринку дає змогу виявити та задовольнити запити споживачів раніше конкурентів. Знаючи сильні і слабкі сторони як свого підприємства, так і підприємств-

конкурентів, можна оцінити їх потенціал. Це допоможе сконцентруватися на тому векторі діяльності, де конкуренти слабкіші. Крім того, вивчення конкурентоспроможності підприємства доцільне при залученні коштів інвесторів, виборі підприємства-партнера, прийнятті рішення про зміну асортименту, складанні програми виходу підприємства на нові ринки збуту, модернізації та автоматизації виробництва тощо.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ, В ЯКИХ ЗАПОЧАТКОВАНО РОЗВ'ЯЗАННЯ ДАНОЇ ПРОБЛЕМИ І НА ЯКІ СПИРАЮТЬСЯ АВТОРИ, ВИДІЛЕННЯ НЕ ВИРІШЕНИХ РАНІШЕ ЧАСТИН ЗАГАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМИ, КОТРИМ ПРИСВЯЧУЄТЬСЯ ОЗНАЧЕНА СТАТТЯ

Теоретичні та методологічні основи управління конкурентоспроможністю розглядали у своїх працях І. Бурачек, В. Гросул, Ю. Іванов, М. Ковальчук, В. Павлова, І. Смолін, Н. Хрущ та багато інших. Однак неоднозначність поглядів потребує детальнішого вивчення зазначених засад.

МЕТА СТАТТІ

Метою статті є дослідження та обґрунтування теоретико-методологічних основ управління конкурентоспроможністю підприємства.



Рис. 1. Управління конкурентоспроможністю підприємства

Джерело: [2; 8; 11].

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ З ПОВНИМ ОБґРУНТУВАННЯМ ОТРИМАНИХ НАУКОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ

Теоретичною основою управління конкурентоспроможністю підприємства є концептуальні положення, норми управлінської та економічної теорії. Сучасна концепція управління конкурентоспроможністю підприємства базується на використанні положень теорії управління, відповідно до яких основними елементами управління є мета, суб'єкт, об'єкт, методологія та принципи, процес та функції управління. За цим підходом на рисунку 1 наведено елементи управління конкурентоспроможністю підприємства та зображено їх взаємозв'язок.

Управління конкурентоспроможністю підприємства доцільно розглядати як процес реалізації сукупності управлінських функцій планування, організації, мотивації і контролю діяльності відносно форму-

вання конкурентних переваг та забезпечення життєдіяльності підприємства як суб'єкта економічної діяльності [1; 10].

Реалізація функцій управління конкурентоспроможністю підприємства формує цикл управління конкурентоспроможністю (рис. 2).

Функції управління конкурентоспроможністю підприємства передбачають:

- планування — формування стратегії та тактики реалізації цілей, розробка програм, складання планів, графіків реалізації заходів нарощування конкурентоспроможності як загалом по підприємству, так і по структурних підрозділах;

- організація — реалізацію прийнятих планів та програм, а саме: розподіл ресурсів між напрямками операційної діяльності, забезпе-

чення необхідної узгодженості дій операційних підрозділів;

- мотивація — використання економічних та психологічних мотиваційних регуляторів активності суб'єктів управління;

- контроль — забезпечує нагляд за реалізацією передбачених конкурентною стратегією заходів за рахунок використання планових показників.

Процес управління конкурентоспроможністю підприємства у загальному випадку доцільно розглядати через етапи:

1. Дослідження конкурентоспроможності підприємства.

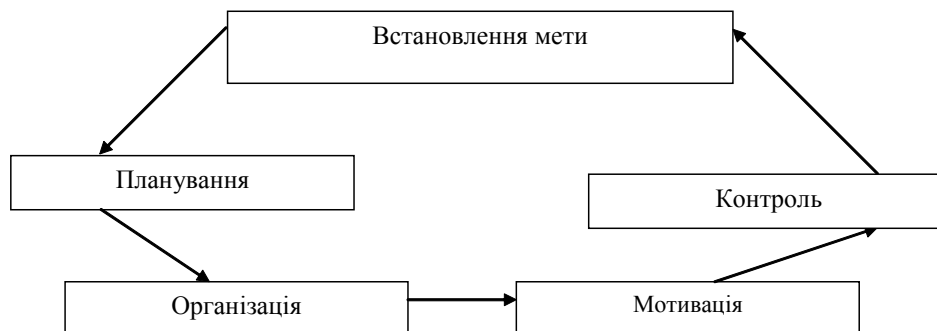


Рис. 2. Цикл управління конкурентоспроможністю підприємства

Джерело: [4; 8].



Рис. 3. Парадигма пріоритетів управління конкурентоспроможністю підприємства

Джерело: [7; 10].

2. Визначення всіх конкурентних переваг, встановлення ключових факторів успіху.

3. Розробка конкурентної стратегії, вироблення тактики.

4. Впровадження положень стратегії у процесі здійснення підприємством господарської діяльності.

5. Оцінка результатів реалізації конкурентної стратегії, удосконалення виявлених невідповідностей.

Формування управління конкурентоспроможністю підприємства повинне базуватися на певних пріоритетах (рис. 3).

Парадигма пріоритетів управління конкурентоспроможністю підприємства (рис. 3) передбачає:

- формування сучасного стратегічного мислення не повинне відображати стратегічне планування;

- забезпечення ієрархічності та наскрізності управління (організація як відкрита система досліджується як частина системи вищого порядку);

- розуміння фактора часу як пріоритетного у конкурентній боротьбі;

- прийняття управління конкурентоспроможністю підприємства як інноваційного процесу (побудова стратегічних конкурентних переваг на основі формування та розвитку інноваційного типу поведінки);

- урахування глобальної інтелектуалізації економіки (успіх залежить від рівня інтелектуальних технологій);

- трансформація управління ресурсами у менеджмент знаннями, що видається логічним та взаємопов'язується з необхідністю формування інтелектуального потенціалу;

- самонавчання організацій (в організації має виявлятися діалектична єдність процесів

єдиноначальності та групової самоорганізації, що дає змогу розкрити дійсну сутність діяльності керівника);

— перехід від ієрархічної моделі до мережевої (перспективна модель передбачає врахування процесів поширення сучасних форм організаційних утворень та форм конкуренції).

Адаптації підприємств до конкурентних умов нестабільного та мінливого зовнішнього середовища повинна бути врахована при процесі постійного та всебічного аналізу конкурентів, а також при пошуку місця підприємства на ринку, тобто оцінці конкурентоспроможності підприємства.

Неоднозначність функціонуючих методичних засад щодо дослідження управління конкурентоспроможності підприємства спричиняє і множинність підходів, методів оцінки.

Найпоширенішим методичним підходом до оцінки управління конкурентоспроможності підприємств є визначення на базі міжнародного розподілу праці. Передумовою цього підходу є порівняльні переваги, що забезпечують низькі витрати виробництва відносно конкурентів.

Використання критерію аналізу виробничих витрат не забезпечує комплексної оцінки конкурентних позицій, бо вони характеризують масштаб та рівень ефективності виробничої діяльності під впливом зовнішнього середовища, але практично не відображає специфіку механізму взаємодії товаровиробника з ринком. Тому при теорії порівняльних переваг краще використовувати такі критерії як обсяг продажу, обсяг і норма прибутку, частка на ринку та інше.

Зазвичай, оцінка управління конкурентоспроможністю підприємства проводиться за рахунок співставлення зазначених показників

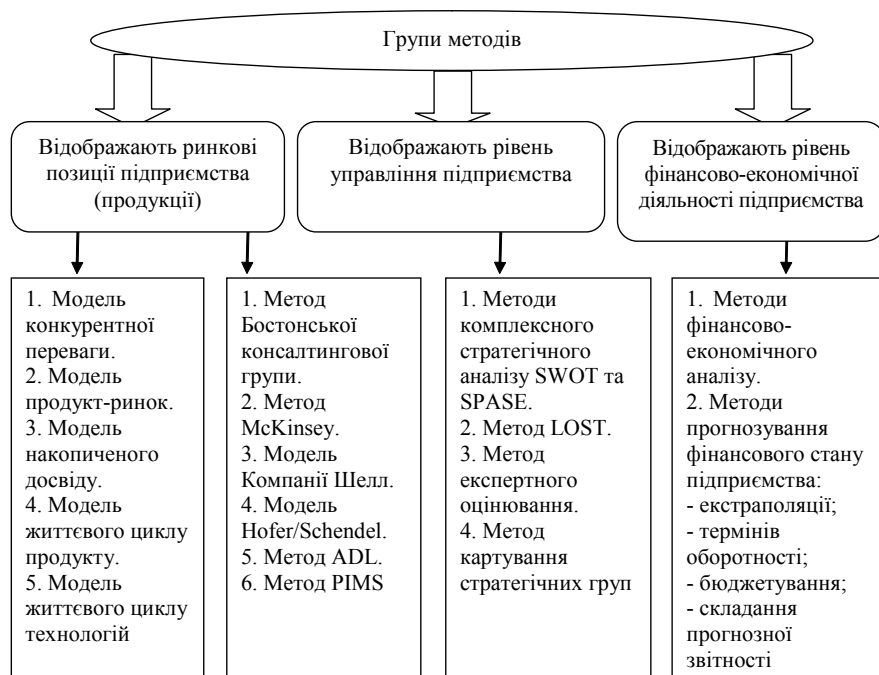


Рис. 4. Групи методів формування конкурентних стратегій

Джерело: [5; 11].

Таблиця 1. Основні переваги методів оцінки конкурентоспроможності підприємства

Назва методу	Суть методу	Перевага
Оцінка з позиції порівняльних переваг	В якості основного критерію, використовуюваного у даному методі, є низькі витрати	Простота оцінки рівня конкурентоспроможності
Оцінка на базі якості продукції	Критерієм конкурентоспроможності є якість реалізованої продукції	Можливість обліку споживчих переваг при забезпеченні рівня конкурентоспроможності
Профіль полярностей	В якості критерію використовується зіставлення параметрів випередження або відставання від найближчих конкурентів	Дає можливість виявити найбільш потенційних конкурентів
Оцінка виходячи з теорії ефективності конкуренції	Основним критерієм при використанні структурного підходу є концентрація капіталу	Дає можливість оцінити фінансові результати діяльності підприємства.
Профіль вимог	За допомогою шкали експертних оцінок визначається ступінь просування організації та найсильніші конкуренти. В якості критерію – зіставлення профілів	Наочність
Матричний метод	Аналіз конкурентоспроможності з урахуванням життєвого циклу продукції	Точність
SWOT-аналіз	Аналіз слабких та сильних сторін внутрішнього середовища; виявлення потенційних небезпек зовнішнього середовища та можливостей для розвитку	Багатогранність
Побудова «багатокутника конкурентоспроможності»	Оцінка проводиться за такими чинниками: концепція товару і послуги, на якій базується діяльність підприємства; якість, що виражається у відповідності продукту високому рівню ринкових лідерів; ціна товару з можливою націнкою	Інформативність, графічність
Метод експертних оцінок	Збір суджень і припущень експертів з подальшою обробкою отриманих відповідей і формуванням результатів	Швидке отримання інформації для управлінського рішення
Метод оцінки основних групових показників і критеріїв	Є узагальненим методом оцінки з використанням окремо взятих критеріїв, що показують ефективність діяльності організації	Своєчасне виявлення більшості недоліків

Джерело: [1; 3; 4; 9].

підприємства та аналогічних підприємств-конкурентів. Високий рівень показника є достатньою умовою для аналізу підприємства як найконкурентоспроможного. Недоліком вищевказаного методичного підходу є статичність отриманих оцінок, адже розвиток конкурентних переваг не є предметом вивчення та аналізу. Крім того, ця методика не може оцінити рівень ефективності адаптації підприємства до змінного зовнішнього середовища [5; 9].

Заслугує уваги оцінка рівня конкурентоспроможності виробника на базі теорії рівноваги фірми і галузі, та теорії факторів виробництва. Під рівновагою мається на увазі такий стан, при якому у виробника відсутні стимули для переходу в інший кількісно-якісний стан.

Критерієм конкурентоспроможності є наявність у товаровиробника тих факторів виробництва, які можуть бути використані продуктивніше ніж у конкурентів. Для оцінки доцільно використати відносну вартість устаткування і обладнання, що закупляється, вартість матеріальних ресурсів, відсоткові ставки за кредитами тощо. Чим менші показники у товаровиробника щодо конкурентів, тим сильніші конкурентні позиції і вищий рівень конкурентоспроможності. Недоліком є відображення зовнішніх умов роботи, що об'єктивно склалися, і не відображають здатності підприємства до адаптації щодо змін середовища.

Наступним методом є розрахунок конкурентоспроможності, побудованої на теорії ефективної конкуренції. Предметом є три групи показників, а саме: ефективність виробничо-збутової діяльності, фінансова стій-

кість підприємства, власна виробнича діяльність.

Для оцінки конкурентоспроможності також зіставляють одиничні та групові показники відносно конкурентів. На основі результатів формуються уявлення про порівняльну конкурентоспроможність. Недоліками є складність і узагальнення результатів, обґрунтування підсумкової оцінки.

Аналіз управління конкурентоспроможністю на основі теорії якості спричиняє вивчення споживчої цінності, причому, найважливіші параметри порівнюються з аналогічними конкурентів. Недоліком методу є те, що він не враховує ефективність виробничо-збутової діяльності та ототожнює конкурентоспроможність послуги, товару з конкурентоспроможністю підприємства [6].

Особливого інтересу набувають матричні методи оцінки конкурентоспроможності, що базуються на динамічних процесах конкуренції. Згідно з цією концепцією з моменту проникнення на ринок до зникнення товар або технологія функціонує на стадіях життєвого циклу.

Метод є надійним інструментом для аналізу конкурентоспроможності, однак альтернативні стратегії є недоліком при даному методі.

Неоднозначність методичних засад до дослідження управління конкурентоспроможності підприємства спричиняє необхідність розробки сучасних методів, які спонукають дослідження конкурентоспроможності у динаміці розвитку підприємства.

Використання методу інтегральної оцінки управління конкурентоспроможністю диверсифікованих підприємств вимагає аналізу не одного виду товару, а всієї товарної маси, причому, номенклатура продукції може істотно відрізнятись. Негативним є те, що інтегральна оцінка не забезпечує глибокий аналіз та пошук резервів.

Потенціал підприємства має значний вплив на процес розробки стратегії. Покращуючи внутрішній склад, займаючись підтримкою збалансованості ресурсів, підприємство збільшує свої можливості. Таким чином, стратегічний потенціал визначається внутрішнім середови-

Таблиця 2. Критерії і показники конкурентоспроможності підприємства

Назва	Роль показника в оцінці	Правило розрахунку
Ефективність виробничої діяльності підприємства		
Витрати на виробництво одиниці продукції, грн/грн	Відображає ефективність витрат при випуску продукції	Валові витрати / Обсяг випуску продукції
Фондовіддача, грн/грн	Характеризує ефективність використання основних виробничих засобів	Обсяг випуску продукції / Середньорічна вартість основних виробничих фондів
Рентабельність товару, %	Характеризує ступінь прибутковості виробництва товару	Прибуток від реалізації*100 / Повна собівартість продукції
Продуктивність праці, тис. грн /осіб	Відображає ефективність організації виробництва та використання робочої сили	Обсяг випуску продукції / Середньоспискова чисельність працівників
Фінансовий стан підприємства		
Коефіцієнт автономії	Характеризує незалежність підприємства від позикових джерел	Власні засоби підприємства / Загальна сума джерел фінансування
Коефіцієнт платоспроможності	Відображає здатність підприємства виконувати свої фінансові зобов'язання і вимірює ймовірність банкрутства	Власний капітал / Загальні зобов'язання
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	Відображає якісний склад засобів, що є джерелами покриття поточних зобов'язань	Грошові кошти і цінні папери, що швидко реалізуються / Короткострокові зобов'язання
Коефіцієнт оборотності оборотних коштів	Характеризує ефективність використання оборотних коштів. Відповідає часу, протягом якого оборотні кошти проходять усі стадії виробництва і звернення	Виручка від реалізації продукції / Середньорічний залишок оборотних коштів

Джерело: [1; 3; 5; 9].

щем та залежить від зовнішніх факторів: споживчого попиту, дій конкурентів, відносин з поставальниками сировини, політики уряду тощо.

Сучасна теорія управління конкурентоспроможністю підприємства має й інші методи, інструменти, концепції підвищення рівня. Однак вітчизняні підприємства використовують незначну частину методів, це відображається переважно через невідповідність конкурентного середовища та незначну кваліфікацію керівництва.

Досліджуючи значну кількість різних методів, доцільним є систематизувати їх за 3 групами (рис. 4):

- методи, які відображають ринкові позиції підприємства;
- методи, які характеризують рівень менеджменту підприємства;
- методи, які оцінюють рівень фінансово-економічної діяльності [11]:

Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства доцільно порівняти з позицій оцінки їх сутності і основних переваг (табл. 1).

Оцінка конкурентоспроможності, що здійснюється підприємствами, у більшості випадків заснована на інтуїції, адже об'єк-

Таблиця 3. Критерії і показники конкурентоспроможності продукції

Назва	Роль показника в оцінці	Правило розрахунку
Ефективність організації збуту та просування товарів		
Рентабельність продажу, %	Характеризує ступінь прибутковості роботи підприємства на ринку, правильність встановлення ціни товару	Прибуток від реалізації x 100 / Обсяг продажу
Коефіцієнт затовареності готовою продукцією	Відображає ступінь затовареності готовою продукцією. Зростання показника свідчить про зниження попиту	Обсяг нереалізованої продукції/ Обсяг продажу
Коефіцієнт завантаження виробничих потужностей	Характеризує ділову активність підприємства, ефективність роботи служби побути	Обсяг випуску продукції/ Виробнича потужність
Коефіцієнт ефективності реклами і засобів стимулювання збуту	Характеризує економічну ефективність реклами і засобів стимулювання збуту	Витрати на рекламу і стимулювання збуту / Приріст прибутку від реалізації
Конкурентоспроможність товару		
Якість товарів	Характеризує здатність товару задовольняти потреби відповідно до його призначення	Комплексний метод
Ціна товару	Характеризує доступність товару для споживача	Визначається різними методами

Джерело: [1; 3; 5; 9].

тивний аналіз стану підприємства можна отримати тільки шляхом формалізації її окремих показників, дослідженні впливу факторів та діагностиці отриманих результатів.

Загалом оцінка конкурентоспроможності підприємства потрібна для вибору контрагентів для спільної діяльності, розробки заходів відносно збільшення конкурентоспроможності, здійснення інвестиційної діяльності, формування програми виходу підприємства на нові ринки збуту, здійснення державного економічного регулювання [3].

Доцільною є також класифікація методів аналізу конкурентоспроможності підприємства, що передбачає їх розподіл на групи за ознакою. Найчастіше такою ознакою може бути зображення результатів оцінки, відносно якої виокремлюють розрахункові, графічні, комбіновані та матричні методи.

Графічний метод аналізу управління конкурентоспроможністю ґрунтується на побудові "Багатокутника конкурентоспроможності" та "Радіальної діаграми конкурентоспроможності". Перевагою методу є наочність, а недоліком — неможливість встановити значення критерію.

Матричні методи управління конкурентоспроможністю підприємства ґрунтуються на побудові матриці-таблиці. Найбільш показовим прикладом є матриця БКГ, побудована за принципом системи координат: по горизонталі, тобто по стовпцях матриці — у логарифмічному масштабі відкладається відносна частка виробника продукції на ринку, а по вертикалі — тем-

пи росту місткості ринку, що розміщуються по рядках матриці у лінійному масштабі [5].

Критерії та показники конкурентоспроможності описані у таблиці 2.

Розрахунок рівня управління конкурентоспроможністю акумулює у собі найважливіші оцінки господарської діяльності підприємства, виключає дублювання показників, дозволяє своєчасно отримати картину стану підприємства на галузевому ринку.

До ключових методів належать методи, які базуються на використанні життєвого циклу товару, частки ринку, конкурентних переваг, методу бенчмаркінгу, споживчої вартості, теорії ефективної конкуренції тощо.

ВИСНОВКИ З ПРОВЕДЕНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ЦЬОМУ НАПРЯМІ

Управління конкурентоспроможністю є комплексною характеристикою рівня розвитку підприємства, що виражає здатність порівняно з конкурентами підтримувати та розширювати ринкову частку за рахунок своєчасного реагування на зміни зовнішнього середовища та використанні конкурентних переваг, що відображають ключові сфери діяльності підприємства. Стратегія управління конкурентоспроможністю підприємства характеризує план заходів щодо отримання зростаючого прибутку у порівнянні з конкурентами, а ефективна стратегія — дозволяє удосконалити привабливість підприємства для споживачів,

зменшити витрати на залучення клієнтів, отримувати високу норму рентабельності від продажів.

Серед всіх методів, що використовуються для оцінки конкурентоспроможності підприємства, досить проблематично об'єктивно виокремити найбільш прийнятні. Кожне підприємство підбирає методику враховуючи потенційні можливості, специфіки та напрями діяльності, бажані результати. Вивчення розробок у сфері дослідження конкурентоспроможності підприємств свідчать, що найбільш застосовуваними методами оцінки є матричні методи (прості та надають наочність інформації) та розрахунково-статистичні методи (дозволяють шляхом розрахунків господарсько-фінансових показників оцінити результати діяльності підприємства).

Література:

1. Бурачек І.В. Конкурентоспроможність продукції підприємств: сутність, методи оцінки та зарубіжний досвід управління. Глобальні та національні проблеми економіки. 2016. № 14. С. 288—295.
2. Вакуленко Ю.В., Олійник А.С., Гевленко О.Є. Системна характеристика управління конкурентоспроможністю підприємства. Агросвіт. 2018. № 18. С. 10—15. DOI: 10.32702/2306-6792.2018.18.10
3. Гросул В.А. Конкурентоспроможність торговельного підприємства: сутність та критерії оцінки. Вісник ЖДУ. 2010. № 3. С. 239—241.
4. Іванов Ю.Б. Конкурентні переваги підприємства: оцінка, формування та розвиток: монографія. Харків: ВД "ІНЖЕК", 2008. 352 с.
5. Карпенко Л.М. Методичні підходи до оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства. Вісник соціально-економічних досліджень. 2013. Вип. 3 (2). С. 24—31.
6. Ковальчук М.І. Економічний аналіз діяльності підприємств АПК: підручник. Київ: КНЕУ, 2005. 390 с.
7. Кошова Л.М., Мерефа А.С. Розвиток конкурентоспроможності аграрних підприємств при виході на зовнішній екоринок. Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). Мелітополь. 2012. № 2 (18). Т. 2. С. 193—201.
8. Павлова В.А. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка та стратегія забезпечення: монографія. Дніпропетровськ: ДУЕП, 2006. 276 с.
9. Смолін І.В. Конкурентоспроможність підприємств. Київ: КНТЕУ, 2009. 204 с.
10. Храпкіна В.В. Управління конкурентоспроможністю підприємств. Причорноморські економічні студії. 2020. Вип. № 50. С. 245—248.
11. Хрущ Н.А. Конкурентні стратегії: процеси створення та реалізації. Київ: Освіта України, 2010. 316 с.

References:

1. Burachek, I.V. (2016), "Competitiveness of enterprise products: essence, evaluation methods and foreign management experience", *Hlobal'ni ta natsional'ni problemy ekonomiky*, vol. 14, pp. 288—295.
2. Vakulenko, Yu.V., Oliinyk, A.S. and Gevlenko, O.E. (2018), "System characteristics of enterprise competitiveness management", *Ahrosvit*, vol. 18, pp. 10—15. DOI: 10.32702/2306-6792.2018.18.10.
3. Grosul, V.A. (2010), "Competitiveness of a commercial enterprise: essence and evaluation criteria", *Visnyk ZhDU*, vol. 3, pp. 239—241.
4. Ivanov, Yu. B. (2008), *Konkurentni perevahy pidpryemstva: otsinka, formuvannia ta rozvytok* [Competitive advantages of the enterprise: assessment, formation and development], VD "INZHEK", Kharkiv, Ukraine.
5. Karpenko, L.M. (2013), "Methodical approaches to assessing the level of competitiveness of the enterprise", *Visnyk sotsial'no-ekonomichnykh doslidzhen'*, vol. 3 (2), pp. 24—31.
6. Kovalchuk, M.I. (2005), *Ekonomichnyj analiz diial'nosti pidpryemstv APK* [Economic analysis of agricultural enterprises], KNEU, Kyiv, Ukraine.
7. Koshova, L.M. and Merefa, A.S. (2012), "Development of competitiveness of agricultural enterprises in entering the foreign eco-market", *Zbirnyk naukovykh prats' Tavrijs'koho derzhavnoho ahrotekhnologichnoho universytetu (ekonomichni nauky)*, vol. 2 (18), pp. 193—201.
8. Pavlova, V.A. (2006), *Konkurentospromozhnist' pidpryemstva: otsinka ta stratehiia zabezpechennia* [Enterprise competitiveness: assessment and support strategy], DUEP, Dnepropetrovsk, Ukraine.
9. Smolin, I.V. (2009), *Konkurentospromozhnist' pidpryemstv* [Competitiveness of enterprises], KNTEU, Kyiv, Ukraine.
10. Khrapkina, V.V. (2020), "Enterprise competitiveness management", *Prychornomors'ki ekonomichni studii*, vol. 50, pp. 245—248.
11. Khrush, N.A. (2010), *Konkurentni stratehii: protsesy stvorennia ta realizatsii* [Competitive strategies: processes of creation and implementation], Education of Ukraine, Kyiv, Ukraine.

Стаття надійшла до редакції 27.10.2021 р.