

МЕТОДИ ОЦІНКИ, ІНДИКАТОРИ ТА ОРІЄНТИРИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Халімон Т.М.

к.е.н., Державний університет телекомунікацій

Халімон Т.М. Методи оцінки, індикатори та орієнтири конкурентоспроможності підприємств. В статті розглянуто теоретико-методологічні та практичні аспекти визначення орієнтирів та індикаторів конкурентоспроможності підприємств та методів її оцінки, здійснено моніторинг існуючих проблем, окреслено дискусійні питання та розроблено методичні підходи що враховують рівні клієнтоорієнтованості, цінності, компетентності та інноваційності підприємства.

Ключові слова: конкурентоспроможність, підприємства, методи оцінки, індикатори, орієнтири.

Халимон Т.Н. Методы оценки, индикаторы и ориентиры конкурентоспособности предприятий. В статье рассмотрены теоретико-методологические и практические аспекты определения ориентиров и индикаторов конкурентоспособности предприятий и методов ее оценки, осуществлен мониторинг существующих проблем, определены дискуссионные вопросы и разработаны методические подходы учитывающие уровни клиентоориентированности, ценности, компетентности и инновационности предприятия.

Ключевые слова: конкурентоспособность, предприятия, методы оценки, индикаторы, ориентиры.

Khalimon T.N. The Evaluation Methods, Indicators and Guidelines of Competitiveness in the Enterprises. The article examined the theoretical and methodological and practical aspects of assessment methods, guidelines and indicators of the competitiveness of enterprises. It was made an analysis of the problems, identified debatable issues, and methodological approaches have been

developed that take into account customers' request, values, competence and innovation of enterprise.

Keywords: competitiveness, enterprise, evaluation methods, indicators, guidelines

Постановка проблеми. Стрімкі коливання зовнішнього середовища стимулюють підприємства до освоєння нових методів, систем і підходів щодо управління конкурентоспроможністю. Нині для успішного функціонування будь-якого підприємства, оцінка його конкурентоспроможності вважається об'єктивною необхідністю, оскільки саме вона, зумовлює якість та ефективність його діяльності за умов активізації глобалізаційних процесів, та загострення конкурентної боротьби. Як процес виявлення сильних і слабких позицій підприємства, вона дає можливість максимального удосконалення функціонування підприємства та демаскування його латентних потенційних можливостей. Постійні трансформації економічного простору, мінливість ринкових запитів, вимагають подальшого розвитку та удосконалення методичних підходів до оцінки конкурентоспроможності підприємства, що враховують рівні клієнтоорієнтованості, цінності, компетентності та інноваційності підприємства.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Теоретико-методологічні засади дослідження різноманітних проблем управління, забезпечення, підвищення конкурентоспроможності підприємств знайшли відображення в працях багатьох науковців: І. Ансоффа, О. В. Ареф'євої, О.В. Виноградової, О.Є. Гудзь, П. Друкера, Т. Коно, К. Оппенлендера, А.А.Пересади, М. Портера, П.А. Стецюка, А. Томпсона, Р. А. Фатхутдінова, Л.І.Федулової, Й. Шумпетера та деяких інших. Але при цьому, за межами наукових дискусій залишилося визначення орієнтирів та індикаторів конкурентоспроможності підприємств та прийнятних методів її оцінки що враховують рівні клієнтоорієнтованості, цінності, компетентності та інноваційності підприємства, що означає простір для подальшого розгортання наукових пошуків.

Метою статті є розгляд теоретико-методологічних та практичних аспектів визначення орієнтирів та індикаторів конкурентоспроможності підприємств та

методів її оцінки, виявлення існуючих проблем та дискусійних питань, розроблення методичних підходів що враховують рівні клієнтоорієнтованості, цінності, компетентності та інноваційності підприємства.

Виклад основного матеріалу. Основою конкуренції вважається конкурентоспроможність економічних суб'єктів[2]. Під конкурентоспроможністю взагалі розуміється здатність отримання переваг над аналогічними за асортиментом виготовлення продукції і послуг товаровиробниками на ринку за рахунок специфічних особливостей відтворення і управління [8]. Сутність конкурентоспроможності підприємства зосереджена у можливості сукупності різноманітних ресурсів і компетенцій підприємства генерувати цінності й примножувати конкурентні переваги шляхом проведення комплексу певних заходів. Таким чином, можна зазначити, що конкурентоспроможність – це агрегована характеристика компетентностей, цінності та конкурентних переваг, тобто тих активів і параметрів підприємства, які формують його позитивні відмінності перед суперниками у конкуренції.

Визначення рівня конкурентоспроможності підприємства є початковим моментом планування його діяльності та розробки стратегії конкурентоспроможності [1]. Для функціонування організаційно-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності підприємства необхідна система оцінки конкурентоспроможності, яка б врахувала інтереси інвесторів, підприємств, споживачів, держави [3].

Д. В. Погребняк зазначає, що конкурентоспроможність підприємства може бути визначена як комплексна порівняльна характеристика, яка відображає ступінь переваги сукупності оціночних показників його діяльності, що визначають успіх підприємства на певному ринку за певний проміжок часу, по відношенню до сукупності показників конкурентів [9]. Оцінка конкурентоспроможності підприємства – це характеристика здатності підприємства конкурувати на певному ринку та окреслення її рівня.

Рівень конкурентоспроможності підприємств у кожний конкретний момент часу визначається впливом низки факторів, різних за природою, характером і

ступеню дії, що зумовлює необхідність їх детальної оцінки [1]. Оцінка конкурентоспроможності підприємства представляє собою складне багатофакторне завдання, яке зводиться до інтерпретації та оцінки комплексу показників, що характеризують різні сторони діяльності підприємства, що формують його конкурентоспроможність [10, с.94].

Оцінка рівня конкурентоспроможності підприємства має сприяти:

обґрунтуванню управлінських рішень: визначенню заходів щодо підвищення ефективності виробництва, модернізації технологій, освоєння новітніх маркетингових інструментів, стимулювання персоналу, фінансування матеріального, інформаційного, інноваційного та організаційного забезпечення;

розробці управлінських заходів щодо оптимізації витрат, підвищення клієнтоорієнтованості, фокусування на конкретний сегмент ринку;

розробити заходи примноження конкурентних переваг: освоєння інновацій, запровадження цінностно-компетентнісних підходів щодо зміцнення стратегічних переваг, лояльності клієнтів, превентивних дій щодо небезпечних заходів конкурентів, розробка програми освоєння нових сегментів ринку, залучення інвестицій;

безпеці підприємства, його адаптації до змін економічного простору, що в результаті дає перемогу в конкурентній боротьбі за споживача та ринки збуту.

Багаторівневий характер конкурентної взаємодії підприємств зумовлює й широкий діапазон підходів до оцінки їх конкурентоспроможності. Наразі не сформовано загальноприйнятих методичних підходів до оцінки конкурентоспроможності підприємств, а закордонний досвід, який знаходимо в науковій літературі, не адаптований для вітчизняних підприємств. Це зумовлено тим, що аналізовані показники є кількісним вираженням різних аспектів діяльності підприємства [13, с.277]. Кожне підприємство оцінює свою конкурентну позицію за своєю методикою, а суть, ефективність та результати її застосування не афішує [10, с 117].

У публікаціях, де висвітлюється оцінка конкурентоспроможності підприємства, знаходимо велику різноманітність розрахункових і

розрахунково-графічних методичних підходів. Кожному притаманні свої особливості, дослідники обґрунтовують ефективність застосування запропонованих підходів для оцінки конкурентоспроможності, необхідність врахування конкретних чинників та використання окремих показників. Ці особливості зумовлені галузевою специфікою підприємств на прикладі яких здійснювалась апробація розроблених підходів.

Різноманіття методів оцінки конкурентоспроможності підприємства, що застосовуються науковцями, зумовила необхідність їх узагальнення та систематизації. Переважно, для упорядкування методів оцінки конкурентоспроможності підприємства використовують наступні класифікаційні ознаки[3; 9]: рівень управлінських рішень, аналітичні можливості, теоретичні засади, спосіб оцінки, спосіб представлення результату; за напрямом формування інформаційної бази, за способом відображення кінцевих результатів (матричні (матриця „Бостонської консалтингової групи”, матриця І. Ансоффа, матриця McKinsey, матриця Shell, матриця конкурентних стратегій М. Портера, матриця А. Томпсона – А. Дж. Стрикленда, матриця Хофера – Шендлера), індексні (базується на визначенні конкурентоспроможності продукції, базується на теорії ефективної конкуренції, ґрунтується на визначенні сили реактивної позиції, базується на теорії рівноваги фірми та галузі, інтегральної оцінки, метод бенчмаркінгу), графічні (багатокутник конкурентоспроможності, радар конкурентоспроможності, метод „профілів”); за способом оцінки (якісні, кількісні), за можливістю розроблення управлінських рішень, за ступенем охоплення аспектів функціонування підприємства (спеціальні, комплексні), за можливістю прийняття стратегічних рішень (поточні, стратегічні); за напрямом формування інформаційної бази (критеріальні, експертні); залежно від об’єкта оцінки (галузь, підприємство, продукція); залежно від мети оцінки (позиціонування у групі, визначення динаміки позицій у групі, визначення конкурентних переваг).

Якісні методи оцінки здебільшого мають низький ступінь математичної формалізації, їм властива трудомісткість реалізації та дискретність оцінки. Їх не

варто використовувати уособлено для оцінки конкурентоспроможності підприємства при визначенні пріоритетних напрямів зміцнення конкурентних позицій на ринку. Кількісні методи дають змогу оцінювати реальні шанси підприємства у конкурентній боротьбі за привабливі стратегічні зони господарювання та приймати виважені, з тактичного та стратегічного погляду, управлінські рішення [11]. Спеціальні методи оцінки – це методи, що дозволяють оцінити конкурентоспроможність підприємства за окремими аспектами його діяльності – виробничим, інноваційним, маркетинговим, фінансовим тощо. Комплексні методи базуються на комплексному підході до оцінки конкурентоспроможності підприємства [15].

Цікаво, що переважна більшість методів ґрунтується на виявленні невичерпного переліку показників, що визначають конкурентоспроможність підприємства. Вони передбачають для оцінки впливу чинників на конкурентоспроможність використання неточних показників, „експертні методи”, яким притаманні суб'єктивність та умовність. У запропонованих методах простежується зведення різних за природою техніко-економічних показників у єдиний інтегральний показник конкурентоспроможності підприємства, що не можна вважати доречним. Низка методик при оцінці конкурентоспроможності підприємств ґрунтується на дуже складних побудовах, що мають припущення, ідеалізуються, вводяться нові для економічної науки визначення і показники, будуються різні матриці, нові системи координат. Логічна обґрунтованість запропонованих методичних підходів у теоретичній площині не викликає сумніву, але у конкретних економічних умовах функціонування підприємства ці методичні підходи видаються надто абстрактними.

Обстеження сучасних методик оцінки конкурентоспроможності підприємства переконує, що усім їм притаманні недоліки: переважно оцінка конкурентоспроможності підприємства на їх основі лише констатує його поточний стан, але в сучасних умовах вона повинна проектувати прогноз на стратегічну перспективу для отримання кращих результатів або уникнення

вtrat. Вони не враховують рівні клієнтоорієнтованості, цінності, компетентності та інноваційності підприємства. Доцільно при виборі методу оцінки конкурентоспроможності підприємства враховувати можливість – за короткий час та з найменшими витратами отримати повну і достовірну інформацію, яка дозволить з мінімальною погрішністю об'єктивно, кількісно і якісно оцінити формування та управління конкурентними перевагами підприємства та його конкурентний потенціалом.

Найбільш ґрунтовними методичними підходами щодо оцінки конкурентоспроможності підприємства науковці [7] називають комплексні методи, оскільки вони орієнтовані на врахування широкого спектру найважливіших параметрів функціонування підприємства.

Перевагою таких підходів вважається отримання достовірної і найбільш точної інформації про конкурентоспроможність підприємства, його переваги та „вузькі місця”. Таким чином, оцінка конкурентоспроможності підприємства повинна базуватися на комплексному, багатовимірному підході і враховувати як внутрішнє, так і зовнішнє середовище [6] і водночас враховувати рівні клієнтоорієнтованості, цінності, компетентності та інноваційності підприємства.

З метою вдосконалення практичного інструментарію підприємствами задля підвищення їх конкурентоспроможності доцільно використовувати уніфікований дієвий методичний підхід до визначення перспектив та напрямів розвитку за набором орієнтирів, індикаторів та показників, що формують їх конкурентоспроможність та враховують рівні клієнтоорієнтованості, цінності, компетентності та інноваційності підприємства. Домінантой такого підходу має бути гнучкість й альтернативність економічних інструментів з одночасним застосуванням різних методичних підходів, результати яких взаємодоповнюють один одного та дозволяють отримати найбільш повне уявлення про рівень конкурентоспроможності. При цьому, акцентуємо, що оцінка конкурентоспроможності підприємства має здійснюватися за принципами: системності, комплексності, об'єктивності, оптимальності, науковості,

динамічності, безперервності, порівнюваності, ефективності дослідження, інформаційного забезпечення. Дотримання в комплексі зазначених принципів дозволить досягти поставленої мети та здобути максимально точну оцінку конкурентоспроможності підприємства [5].

Наукова методологія формування методичних підходів щодо оцінки конкурентоспроможності підприємств передбачає систематизацію орієнтирів її оцінки, це: наявність ресурсного забезпечення (людські, сировинні, фінансові ресурси), інноваційність розвитку, співвідношення попиту і пропозиції на продукцію, клієнтоорієнтованість, дотримання пріоритетів у виробничо-господарській діяльності, розвиток ціннісно-компетентнісного підходу, передбачення форс-мажорних обставин та факторів зміни ринкового середовища, безпеку функціонування. В загальному вигляді орієнтири конкурентоспроможності підприємств визначають чинники її формування, які в свою чергу поділяються на чинники макrorівня (економічні, організаційні та правові, матеріально-технічні (сировинні) та географічні, науково-технічні (інноваційні), технологічні, демографічні, соціальні та соціально-культурні); чинники мезорівня (конкурентоспроможність галузі і регіону, розвиток галузевої і регіональної інфраструктури, наявність природних ресурсів, бар'єри розвитку соціально-економічного характеру, рівень "бар'єрів виходу" з галузі, рівень "бар'єрів входу" в галузь); чинники мікрорівня, серед яких необхідно відзначити такі, як поява нових конкурентів та поведінка існуючих, поведінка постачальників, поведінка покупців, наявність товарів заміників, регіональне управління, інформаційне та кадрове забезпечення[12].

Визначені орієнтири конкурентоспроможності сприятимуть:

здійснити комплексну оцінку чинників конкурентоспроможності відповідно до мети і встановлених завдань;

оцінити пропорції успішності та прибутковості функціонування підприємства за наявного конкурентного потенціалу;

оцінити ефективність функціонування підприємства за різних рівнів клієнтоорієнтованості, цінності, компетентності та інноваційності підприємств;

встановити відповідність рівнів економічної безпеки за умов загострення конкурентної боротьби.

Доцільним є використання поряд з орієнтирами індикаторів, оскільки індикатор (лат. “indicator” – показник) – орієнтований економічний показник, вимірювання, що дає змогу певною мірою передбачити, в якому напрямі слід очікувати розвиток економічних процесів.

Науковий підхід щодо орієнтирів формування та індикаторів визначення рівня конкурентоспроможності підприємств має передбачати поетапний: вибір і розрахунки основних економічних показників (параметрів) і аналіз конкурентних сил, що діють в конкурентному середовищі; виявлення чинників рушійних сил, що викликають зміни в структурі галузі; визначення підприємств галузі, що мають найслабші та найсильніші конкурентні позиції; прогнозування ймовірних кроків стратегічних конкурентів; обґрунтування ключових чинників успіху підприємства; прийняття стратегічного рішення щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Індикатори оцінки конкурентоспроможності підприємств мають ґрунтуватися на врахуванні як часткових показників конкурентних переваг (якість продукції, асортимент, культура обслуговування, доступність), так і результатів експертних оцінок [4].

Зокрема, оцінку оптимального рівня конкурентоспроможності підприємств доцільно здійснювати за допомогою індикаторів: оцінки сегментації ринку; оцінки процесу реалізації продукції; інноваційної активності; співвідношення заборгованості; рівня прибутковості; оцінці компетентностей підприємства; собівартості та рівня заробітної плати працівників; лояльності клієнтів. Ці індикатори в своїй сукупності дозволяють оцінити конкурентоспроможність підприємств, що в свою чергу сприятиме виявленню сильних і слабких сторін його діяльності, прихованих можливостей та потенційних загроз, резервів та напрямів підвищення конкурентоспроможності підприємств, що в підсумку дає можливість ефективно планувати та розвивати діяльність на основі конкурентних переваг.

Узагальнення найбільш поширених методичних підходів щодо оцінки конкурентоспроможності підприємств переконує, що традиційно для цього використовують типові показники: ефективність виробничої діяльності підприємства, фінансовий стан підприємства, ефективність організації збуту та просування товарів, конкурентоспроможність товару, конкурентний потенціал підприємства, екологічність виробництва, показники соціальної ефективності, імідж підприємства. До цього переліку доцільно додати показники: ділової активності, лояльності клієнтів, інноваційної активності, ефективності інвестиційної діяльності підприємства, економічної безпеки. У цьому контексті слушною видається позиція Хрущ Н. та Ваганова Л. [14], які, пропонують три підходи до побудови показників конкурентоспроможності з метою її оцінки. Перше, отримання прогнозних показників роботи підприємства в результаті економіко-математичного моделювання його діяльності – тобто оцінювання майбутньої діяльності; друге, оцінка конкурентоспроможності на основі фактичних даних діяльності підприємства в минулому – тобто оцінка минулих подій; а третє – реалізація технологічно допустимих потенційних можливостей підприємства, що дозволяє оцінити його сучасний стан. Але найбільш доцільною є комбінація другого і третього підходів, тобто побудова показників конкурентоспроможності на основі ознак минулої фактичної діяльності підприємства з застосуванням характеристик його потенційних сучасних можливостей.

Зауважимо, що відсутність єдиного вимірювача конкурентоспроможності підприємства, а також групових чинників, що впливають на його рівень, означає, що будь-який дослідник у даній сфері стикається з так званими латентними (прихованими) показниками, про величину яких, зазвичай, судять експерти на основі значень їхніх зовнішніх проявів – чинників-симптомів.

Більшість існуючих в економічній науці методів оцінки конкурентоспроможності підприємств базуються на спрощеній структурі економічного явища. Це призвело до хибної ідеї побудови безлічі різноманітних інтегральних показників з використанням підсумовування або визначення

добутку групових і первинних чинників конкурентоспроможності. В процесі такого оцінювання вагові коефіцієнти окремих чинників визначаються експертним шляхом, що вносить певний суб'єктивізм в отримані результати, які часто не мають реального економічного змісту. При цьому брак об'єктивності підсилюється довільним переліком головних групових та первинних чинників, що включаються до складу інтегрального показника окремими дослідниками.

Для виправлення такого стану доцільно здійснювати процедуру оцінки латентного показника яка базується на широкому застосуванні різноманітних багатовимірних статистичних методів. Так, спочатку слід використовувати показники рентабельності виробництва, інноваційності, сегментів ринку, цінової еластичності попиту споживачів, клієнтоорієнтованості. Потрібно зважати, що в загострення конкуренції, коли вся внутрішня інформація про діяльність підприємства оголошується комерційною таємницею, приходиться використовувати виключно публічну інформацію.

Методологічним базисом другого і третього етапів слід вважати існуючі багатовимірні статистичні методи – канонічний аналіз, таксономія об'єктів в її класичному та модифікованому варіантах, кластерний та дискримінантний аналіз об'єктів з урахуванням особливостей структури. Крім того, на третьому етапі варто використовувати підхід, заснований на сполученні двох напрямів багатовимірного аналізу – кластеризації сукупності підприємств та побудові дискримінантної функції конкурентоздатності.

На четвертому етапі знайдено на основі різних багатовимірних методів множину оцінок конкурентоспроможності (альтернативні варіанти) доцільно тестувати задля фільтрації оптимальної оцінки за допомогою переліку первинних чинників-симптомів, який визначають у процесі канонічного аналізу. Таке тестування ґрунтується на виборі оптимальної регресійної моделі, яка зв'яже певну оцінку конкурентоздатності підприємств із заданим колом її первинних чинників-симптомів.

І останній етап присвячується прикладним аспектам отриманої найбільш точної регресійної моделі конкурентоспроможності підприємств. Тут здійснюється узагальнюючий висновок щодо оцінки конкурентоспроможності з огляду на мету, визначені орієнтири та індикатори у поточному періоді та на перспективу.

Ще зауважимо, що при оцінці конкурентоспроможності, передусім необхідно формування інформаційного простору і визначення елементів матриці спостережень. Оскільки показники конкурентоспроможності неоднорідні, доцільно проводити стандартизацію їх значень. Потім потрібно провести диференціацію ознак матриці спостережень на стимулятори і загрози. Підставою такого поділу має слугувати інтенсивність та характер впливу кожного з показників на рівень конкурентоспроможності підприємства.

Крім того, відповідно до напрямів прояву наслідків конкурентного середовища, доцільно встановити ключові рівні конкурентоспроможності: високий, достатній, задовільний та два проміжні рівні – умовно задовільний та умовно достатній. Доцільно акцентувати, що частота, періодичність та бази порівняння щодо оцінки конкурентоспроможності підприємства визначаються відповідно до мети та завдань. Базами порівняння можуть бути показники підприємств, що досліджується за минулі роки, прогнозовані показники, середньогалузеві показники; найкращі показники підприємств лідерів; показники підприємств-конкурентів; аналогічні показники рівня конкурентоспроможності підприємств в інших галузях тощо. Закладений таким чином багатоаспектний полікритеріальний підхід до оцінки конкурентоспроможності підприємства включає систему орієнтирів, індикаторів та показників та враховує рівні клієнтоорієнтованості, цінності, компетентності та інноваційності підприємства.

Використання запропонованих методичних підходів щодо оцінки конкурентоспроможності підприємства дасть змогу отримати оперативну інформацію про конкурентні позиції на ринку з визначенням сильних та слабких місць, здійснювати постійний контроль, аналіз та діагностику рівнів

конкурентоспроможності підприємства з метою швидко реагування на прояви зовнішнього середовища та їх регулювання шляхом розробки оперативних та стратегічних управлінських заходів.

Висновки. З метою підвищення рівня обґрунтованості управлінських рішень щодо нарощення конкурентоспроможності підприємства розроблено методичні підходи, що ґрунтуються на урахуванні тенденцій розвитку підприємства та враховують рівні клієнтоорієнтованості, цінності, компетентності та інноваційності підприємства. Запропоновані підходи зважають, що конкурентоспроможність – це динамічний процес, який має циклічний характер і реалізується з урахуванням принципів, базовими серед яких є: комплексність, системність, оптимальність, відносність, динамізм, інформаційна достовірність та адекватність викликам і загрозам зовнішнього середовища. Вони окреслюють сукупність взаємопов'язаних етапів: діагностика кон'юнктури ринку; формування системи орієнтирів, індикаторів та показників конкурентоспроможності що враховують рівні клієнтоорієнтованості, цінності, компетентності та інноваційності підприємства; визначення рівня конкурентоспроможності, обґрунтування висновків та розробка пропозицій щодо підвищення конкурентоспроможності та примноження конкурентних переваг. Використання запропонованих методичних підходів у практичній діяльності сприятиме формуванню адекватних заходів щодо подальшого зміцнення конкурентної позиції підприємства з огляду на забезпечення його конкурентоспроможності за різних рівнів управління та дозволить менеджменту підприємства виявити, в яких саме чинниках закладені найбільші резерви примноження конкурентних переваг й тим самим підвищити якість управлінських рішень з формування, вибору та реалізації стратегічних альтернатив щодо зміцнення конкурентних позицій підприємства в умовах деформацій економічного простору та з урахуванням всієї сукупності взаємопов'язаних соціально-економічних процесів. У означеній площині подальшого дослідження потребують проблеми інформаційного забезпечення методів оцінки конкурентоспроможності підприємств.

Список використаних джерел

1. Гудзь О. Є. Роль інновацій щодо забезпечення конкурентоспроможності та ефективності підприємства // Вісник ХНТУСГ: Економічні науки. – Харків: ХНТУСГ, 2015 р. – Вип. 161. – 326 с. - с. 3– 11.
2. Гуторова І.В. Використання рейтингових оцінок для аналізу конкурентоспроможності підприємств / І.В. Гуторова // Вісн. СНАУ. Сер. „Економіка та менеджмент”. – 2010. – № 6/1 (41). – С. 80-85.
3. Дикань, В. Л. Методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства / В. Л. Дикань, Т. В. Пономарьова // Вісник економіки транспорту і промисловості. Серія „Економіка”. – 2011. – Випуск 36. – С. 100–105.
4. Жданко Є. С. Забезпечення конкурентоспроможності й розвитку підприємств в кризових умовах: проблеми та рішення: сб. науч. трудов [„Проблемы развития внешнеэкономических связей и привлечение иностранных инвестиций: региональный аспект”] / Є. С. Жданко. – Донецк : ДонНУ, 2008. – 1156 с.
5. Жовновач, Р. І. Теоретико-методологічні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємств / Р. І. Жовновач. – Кіровоград: КНТУ // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. – 2011. – С. 106-113.
6. Квятковська, Л. А. Оцінка поточної та довгострокової конкурентоспроможності підприємства / Л. А. Квятковська, Л. Д. Воробйова // Вісник національного технічного університету „Харківський політехнічний інститут”. Збірник наукових праць. – 2011. – Випуск 26. – С. 181–187.
7. Кузьмін, О. Є. Методи аналізування конкурентоспроможності підприємств / О. Є. Кузьмін, Л. І. Чернобай, О. П. Романко // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – Випуск 21.10. – С. 159–166.
8. Михайлова Н. В. Визначення майбутньої конкурентної позиції підприємства за різних рівнів управління / Н. В. Михайлова // Економіка : проблеми теорії та практики: зб. наук. пр.: В 6 т. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2009. – Вип. 247. – Т. IV. – С. 1019–1024.

9. Погребняк, Д. В. Методи діагностики конкурентоспроможності підприємства/Д. В. Погребняк// Проблеми підвищення ефективності інфраструктури. Збірник наукових праць. – 2011. – Випуск 32. – С. 45–51.
10. Реутов В. Е. Управление конкурентоспособностью: [монография] / В. Е. Реутов, Н. З. Вельгош. – Симферополь: Таврия, 2005. – 200 с.
11. Рибницький, Д. О. Сучасні підходи до оцінювання конкурентоспроможності підприємства / Д. О. Рибницький, Т. А. Городня // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Випуск 20.9. – С. 227–230.
12. Ткачук Г. Ю. Обґрунтування впливу чинників продуктивності сільськогосподарського виробництва на конкурентоспроможність малих підприємств агробізнесу Житомирщини / Г. Ю. Ткачук // Наукові праці НУХТ. – 2009. – С. 131-134.
13. Фатхутдинов Р. А. Управление конкурентоспособностью организации: [учеб.] / Р. А. Фатхутдинов. – М: Эксмо, 2005. – 544 с.
14. Хрущ, Н. А. Сучасні методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства/ Н. А. Хрущ, Л. В. Ваганова // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – № 5, Т. 3. – С. 153-156.
15. Яцура, В. В. Аналіз методів оцінки конкурентоспроможності підприємств [Електронний ресурс] / В. В. Яцура, М. В. Замроз // Вісник Волинського інституту економіки та менеджменту. Збірник наукових праць. – 2011. – № 2. – С. 146-151.