

УДК 338.43:339.137

УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДИКИ ВИЗНАЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В СИСТЕМІ ЇЇ ЧИННИКІВ

Д. Черевко, к.е.н.

Львівський національний аграрний університет

Постановка проблеми. На сьогодні існує чимала кількість методик оцінки конкурентоспроможності підприємства, як відносно простих, так і набагато складніших. Їх застосування вимагає від підприємства відповідних витрат, належної кваліфікації й професіоналізму персоналу. Проблема полягає у формуванні якомога простішої і водночас максимально комплексної методики здійснення оцінки зазначеного рівня конкурентоспроможності підприємства з метою полегшення процесу її застосування й одержання при цьому максимально комплексної оцінки цього рівня.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемами конкуренції та конкурентоспроможності як економічних явищ займалися ще А. Сміт та Д. Рікардо. Значний внесок у розвиток теорії конкуренції свого часу зробили американські й західноєвропейські наукові центри І. Ансоффа, П. Друкера, А. Гутмана, К. Макконнелла, Дж. С. Мілля, М. Портера, Ф. Хайєка, П. Хайне, Й. Шумпетера та ін. З приводу конкуренції Дж. С. Мілля писав, що, беручи до уваги, що конкуренція є єдиним регулятором цін, заробітної плати, ренти, вона сама по собі є законом, який встановлює правила його регулювання. Проблемі конкурентоспроможності приділяють значну увагу такі вчені-економісти, як Г. Азоєв, В. Андрійчук, О. Драган, С. Кваша, Б. Пасхавер, Б. Супіханов, Р. Фатхутдинов, Г. Черевко, С. Шевельова, О. Школьний та ін. Серед молодих науковців-економістів, які досліджують окремі моменти конкурентоспроможності підприємств та їх продукції, варто звернути увагу на таких, як С. Аблязова, Г. Антонюк, Н. Дмитренко, А. Железняк, О. Литвинова, Р. Лупак, А. Ніколаєва, Р. Олексенко, Н. Ольховська, О. Прус, Т. Хворост, І. Цимбалюк, та низку інших. У їх працях серед інших аспектів проблеми відстежуються досить систематизовані спроби обґрунтувати ефективні методики визначення рівня конкурентоспроможності підприємства чи його продукції як чинника цього рівня. Проте аналіз доступних джерел за темою дослідження дає підстави для того, щоб погодитися з існуючою в економічній літературі думкою, що “загальновизнана методика оцінки конкурентоспроможності на сьогоднішній день все-таки відсутня” [5, с. 6], а це об’єктивно створює достатньо широке поле для продовження досліджень у напрямі формування й розвитку зазначеної методики.

Постановка завдання. Завданням нашого дослідження є узагальнення й систематизація існуючих методик визначення рівня конкурентоспроможності підприємства, формування якомога уніфікованішого її варіанта й обґрунтування основних напрямів її удосконалення з метою полегшення процесу застосування й одержання при цьому максимально комплексної оцінки цього рівня.

Виклад основних результатів. Дослідники не полишають намагання обґрунтувати певний інтегральний показник конкурентоспроможності підприємства, що, звичайно, має сенс, але пов'язано з певними труднощами методичного характеру. Як критеріальну оцінку рівня конкурентоспроможності підприємства часто використовують прибутковість останнього [19, с. 47]. Однак насправді прибутковість об'єктивно може бути лише чинником конкурентоспроможності, але не її виразником.

Запропоновано також розраховувати індекс конкурентоспроможності підприємства як відношення існуючого рівня виробництва товарної продукції на 1 га сільськогосподарських угідь окремого господарства до середнього рівня в зоні [15, с. 9]. Приблизно такий самий підхід задіяно до розрахунку “одиничних показників конкурентоспроможності по кожному параметру як відношення показників по підприємству до відповідних показників до цільовому сегменту” [14, с. 7], а також до групових коефіцієнтів конкурентоспроможності на основі «коефіцієнтів їх вагомості в залежності від сегменту ринку та принципів позиціонування товару» [14, с. 7]. Подібний підхід має Н.М. Дмитренко, яка пропонує розраховувати “інтегральний показник оцінки рівня конкурентоспроможності підприємств... через використання коефіцієнтів їх операційної ефективності, інноваційної активності та ринкової адаптивності” [6, с. 3] як “агреговану форму ряду коефіцієнтів” [6, с. 15]. Аналогічної точки зору дотримується Г. Я. Антонюк, яка інтегральний показник конкурентоспроможності кожного підприємства пропонує визначати як суму добутків бальних оцінок критеріїв конкурентоспроможності та їх вагових коефіцієнтів [3, с. 11], що загалом повторює попередній підхід до вирішення питання.

Натомість С. Аблязова пропонує для оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства використовувати систему і з 7 елементів: виробничо-технологічного, кадрового, фінансово-економічного, організаційно-управлінського, маркетингового, інноваційно-інвестиційного, іміджевого, а для їх вимірювання – 40 показників [1, с. 9]. На основі цих показників (кількісних – коефіцієнтів та інтегральних показників, якісних – раціональність організаційної структури підприємства, отриманих через проведення тестування й присвоєння відповідних балів) з використанням розробленої функції запропоновано розраховувати комплексний показник конкурентоспроможності підприємств і за результатами розрахунків – проводити ранжування підприємств за рівнем “конкурентності потенціалу загалом і за кожною групою показників тієї або іншої складової цього потенціалу” [1, с. 9], що загалом є досить трудомістким, часозатратним і відносно громіздким процесом.

Оскільки конкурентоспроможність продукції – це характеристика, яка відображає її відмінність від продукції-конкурента як за ступенем відповідності конкретній потребі, так і за витратами на її задоволення, вона формується сукупністю тих якісних і вартісних особливостей останньої, які враховані покупцями згідно з їх безпосередньою значущістю для задоволення потреб, а також витрат на придбання і споживання цієї продукції. При цьому серед товарів аналогічного призначення більшою конкурентоспроможністю володіє той, який

характеризується властивостями, що забезпечують найвищий корисний ефект відносно сумарних витрат споживання. Тому методика оцінки конкурентоспроможності певного виду продукції повинна обов'язково враховувати особливості самої продукції певного виду, як і специфіку потенційного контингенту її споживачів.

Ефективно функціонуюче підприємство, безперечно, має шанс на вищий рівень конкурентоспроможності на ринку продукції, яку воно виробляє, але ця залежність не є абсолютною, бо рівень конкурентоспроможності підприємства залежить не лише від рівня ефективності його функціонування. При цьому досить наближеним до методу оцінки конкурентоспроможності підприємства на основі оцінки рівня його функціонування є метод бенчмаркінгу, який полягає у вивченні «кращої» продукції чи маркетингового процесу у конкурентів на ринку з метою удосконалення своїх аналогічних параметрів [8, с. 56].

У двох аспектах пропонує аналізувати конкурентоспроможність підприємств В. В. Деркачова: "...зовнішньому – оцінка позиції підприємства на ринку, та внутрішньому – оцінка економічних показників діяльності підприємства" [5, с. 8]. Не заперечуючи загалом справедливості першої половини цього твердження, слід, однак, зазначити, що на основі значень економічних показників діяльності підприємства досить проблематично визначити рівень конкурентоспроможності підприємства, та й сама постановка питання про наявність певного "внутрішнього аспекту" конкурентоспроможності підприємства є досить дискусійною і варта уваги лише як характеристика внутрішнього потенціалу цього підприємства, який певною мірою може сприяти формуванню рівня конкурентоспроможності.

За Г. Я. Антонюк, "методика оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства зводиться до визначення його ринкової частки, ефективності виробничо-збутової діяльності, фінансового становища, критеріїв конкурентоспроможності його продукції" [3, с. 5].

Згадані методи є обмеженими у використанні через їх трудомісткість у розрахунках і необхідність почергового порівняння підприємств за окремими показниками, а також труднощі з одержанням однозначного висновку за наявності багатьох оціночних показників.

Подібні недоліки характерні і для серії інших методів оцінки рівня конкурентоспроможності, серед яких:

- методи ситуаційного SWOT-аналізу [8, с. 65-67];
- метод PIMS – Profit Impact of Marketing Strategy [7, с. 86];
- метод аналізу GAP [7, с. 85];
- метод LOTS [17, с. 53];
- метод BCG (Boston Consulting Group) [12, с. 198];
- метод аналізу McCinsi [8, с. 71-72];
- модель М. Портера [8, с. 72-73];
- метод визначення профілю об'єкта [8, с. 89];
- метод картування стратегічних груп [8, с. 74-77];
- метод SHELL|DPM [8, с. 73-74].

Результати апріорних досліджень та інтерпретації одержаних результатів дають змогу як робочу гіпотезу формування методики визначення рівня конкурентоспроможності підприємства прийняти алгоритм його визначення через послідовну характеристику конкурентних переваг, як чинників, що впливають на рівень конкурентоспроможності, обґрунтування системи показників, що характеризують різні параметри окремих аспектів рівня конкурентоспроможності, а на цій основі – здійснення спроби визначення загального рівня конкурентоспроможності підприємства. Як основні чинники, що формують такий рівень, виділяють: природно-кліматичні умови, цінову політику, аграрну політику держави, рівень впровадження інновацій, можливості інвестиційного забезпечення, місткість споживчого ринку, кількісні та якісні характеристики сільськогосподарських угідь, ресурсний потенціал, рівень агротехніки, рівень концентрації, обсяги виробництва товарної продукції, рівень прибутковості, ступінь кооперації виробництва [15, с. 6-7]. Крім того, виокремлюють чинники, що формують конкурентоспроможність підприємств на підставі конкурентних переваг: переваги товару над товарами конкурентів, нижчі витрати і ціни, маркетингові переваги [15, с. 6].

Досить об'єктивно видається обґрунтована думка А. М. Железняк, що основним чинником забезпечення конкурентоспроможності підприємства в умовах маркетингового конкурентного середовища є “конкурентний потенціал підприємства як сукупність можливих резервів ефективнішого використання основного, оборотного капіталу та трудових ресурсів, брендів, інноваційних та інших конкурентних переваг у сферах науки, техніки, технології і управління” [9, с. 5]. Проте проведені науковцем дослідження не дають чіткої відповіді на питання щодо чинників, які визначають рівень і якість цього конкурентного потенціалу, хоча автор підкреслює, що “визначальну роль у забезпеченні конкурентоспроможності молокопереробних підприємств відіграє формування сприятливих умов для виробництва і переробки молока, що досягається раціональним поєднанням усіх компонентів зовнішнього середовища галузі” [9, с. 9].

Молодий науковець Г. Я. Антонюк зробила спробу об'єднати “чинники конкурентоспроможності підприємств молокопереробної галузі у три групи: макроекономічні, які не підлягають безпосередньому впливу суб'єктів ринку молочної продукції, а визначаються державною політикою і ринковим середовищем у країні; мезорівня, які мають прямий вплив на ефективність функціонування молокопереробної галузі; мікрорівня, які формуються безпосередньо суб'єктами ринку молочної продукції” [3, с. 7]. Аналогічний підхід до розглядання співвідношення між рівнями конкурентоспроможності можна знайти і в інших джерелах [4, с.15; 11, с. 26; 18, с. 17]. Низка авторів пропонують розглядати чинники конкурентоспроможності на чотирьох рівнях: макроекономічному (рівень держави та регіонів); метаекономічному (інституційна конкурентоспроможність; мезоекономічному (галузь або сектор); мікроекономічному (підприємство і продукт) [22, с. 84; 24, с. 19]. Така типологізація не видається цілком обґрунтованою, оскільки за ближчого

ознайомлення з нею формується висновок про цілковиту можливість віднесення чинників групи “мезо-” до групи “макро-”. Очевидно, в цьому плані ближче до реальної істини знаходиться розподіл чинників рівня конкурентоспроможності підприємств на групи “мікро-” та “макро-” [19, с. 10]. При цьому на мікрорівні виділяються такі чинники, як “технологія виробничих процесів, продуктивність праці, кваліфікація управлінського персоналу, досвід маркетингу, інвестиції, інтенсивність конкуренції на внутрішньому ринку, обсяг, структура і характер попиту, розвиток інформаційної інфраструктури, використання науково-технічних досягнень” [10, с. 176].

Але найбільш конкретним у цьому плані є О. Школьний, котрий цілком справедливо визначає як основні чинники конкурентоспроможності підприємства ті, що найближче стоять до формування її рівня: рівень цін, рівень операційних витрат, якість продукції [19, с. 30]. Хоча він же як чинники конкурентоспроможності додатково визначає “продуктивність наявних ресурсів ... чинники економічного середовища (кредитно-грошова та фіскальна політика, обмінний курс національної валюти, циклічність коливання економіки, макроекономічна стабільність, інвестиційний клімат), можливість участі у вітчизняному та світовому ринку ефективністю людських ресурсів, а також науково-технологічним потенціалом [19, с. 51], тобто тут уже можна побачити чинники як внутрішньої, так і зовнішньої конкурентоспроможності. При цьому як вирішальний чинник конкурентоспроможності підприємства О. Школьний виділяє обсяги інвестицій, а як її “фундаментальну основу” – “технології, спроможні забезпечити підвищення якості продукції та зменшення виробничих витрат” [19, с. 104]. А Т. Куць доповнює його такими чинниками, як канали збуту, сфера реалізації, рівень кадрового потенціалу та управлінських структур [13].

У контексті конкурентоспроможності підприємства доцільно як критичний чинник виділити також його конкурентний потенціал, під яким розуміють “поточне становище підприємства у конкурентній боротьбі та можливості його зміни в перспективі, напрями позиціонування щодо інших конкурентів, а також стабільність позицій за умов можливих дій конкурентів та зміни кон’юнктури” [16, с. 65].

Результати аналізу зарубіжних літературних джерел з цієї проблематики [20–23] та власні спостереження і роздуми наводять на думку, що як основні чинники забезпечення зовнішньої конкурентоспроможності логічно буде виділити такі: *внутрішні*: власні конкурентні переваги підприємства – якість продукції, рівень технології виробництва, імідж чи бренд, організація виробництва та організаційна й управлінська структури підприємства, забезпеченість ресурсами та рівень ефективності їх використання, розвинутість системи маркетингу та збуту продукції; *зовнішні*: економічні, політичні, правові та соціальні умови виходу на зовнішній ринок, існуючі обмеження країн – реципієнтів експортної продукції, існуючі обмеження в експорті країни-виробника, система контролю дотримання вимог стандартів, географія розташування виробництва, традиції смаків споживачів.

Високий рівень конкурентоспроможності продукції є важливим, але не вирішальним чинником формування конкурентних переваг молокопереробного підприємства. Результати опрацювання існуючих наукових теорій формування цих переваг із доступних літературних джерел систематизовані і показані в таблиці.

Таблиця

Ключові чинники, що визначають конкурентну позицію молокопереробного підприємства, і теорії, використані при моніторингу його конкурентоспроможності*

Наукова теорія	Автор	Чинник, що впливає на конкурентоспроможність	Зміст теорії (концепції)
1	2	3	4
Теорія закордонної торгівлі	А.Сміт	Витрати та ефективність	Джерелом вигоди від закордонної торгівлі є спеціалізація і різниця в абсолютних витратах
Теорія абсолютних витрат	Д.Рікардо		Передумовою розвитку торгового обміну є існування різниці у витратах виробництва
Теорія глобалізації	А.Сандерман, Й.Блек	Здатність до адаптації до глобальних процесів	Процес як наслідок явищ чи подій загальносвітового значення
Теорія економічної інтеграції	М.Портер	Здатність адаптуватися до процесу глобалізації шляхом інтеграції	Спільні плани розвитку і фонди, спільна політика інфраструктурна і регіональна та ін.
Теорія господарської інтеграції	М.Портер		Вирівнювання різниць у рівнях розвитку
Теорія організації: Концепція ланцюга вартості; концепція п'яти конкурентних сил	М.Портер М.Портер	Успішність діяльності підприємства і ланок ланцюга маркетингового сектора Стратегічний потенціал	Функціонування підприємства, галузі в категоріях комплексу заходів і функцій, що створюють додану вартість Визначає структурні елементи конкуренції і силу їх впливу в секторі
Концепція діамантової структури конкуренції	М. Портер	Здатність адаптуватися до змін у середовищі	Визначає умови і чинники, що формують структуру конкурентоспроможності

Теорія грон	А. Маршалл	Витрати та ефективність, успішність ланок ланцюга маркетингового сектора, здатність адаптуватися до середовища	Зв'язки (формальні і неформальні) об'єктів сектора у локальному, державному та міжнародному середовищі, що ґрунтуються на поглибленій спеціалізації та концентрації
Концепція трансакційних витрат	Р.Гоасей О.Віллімсон Е.Кирсон	Витрати та ефективність	Модель вибору форми регулювання економічного обміну, яка полягає в мінімізації загрози реалізації трансакції за найвищими цінами
Маркетингова теорія	І. Гарбарскі А.Завгородна Д.Ямпольська Т.Марцісьяк	Здатність адаптуватися до ринку і потреб клієнта	Концентрація на задоволенні потреб у ринкових сегментах. Розвиток різних форм співпраці з потенційними клієнтами
Теорія стратегічного менеджменту	М. Мескон	Стратегічний потенціал Здатність адаптуватися до умов і змін у середовищі	Використання шансів і можливостей пристосування до умов середовища, визначення цілей і стратегій, що дадуть змогу втримати домінуючу позицію в майбутньому
Теорія якості	В.Демінг Й. Юран Ф.Кросбі Г. Тагучі	Витрати і ефективність	Планування, управління, покращання, контроль якості
Неотехнологічні теорії: теорія прогалин; теорія циклу життя продукту; теорія ефекту масштабу	Й. Боссак	Здатність адаптуватися до ринку шляхом технологічних інновацій. Витрати та ефективність.	Пошук прогалин у технологіях. Постійне створення нових продуктів, послуг. Досягнення витратної переваги на основі ефекту масштабу.
Теоретичні концепції ролі держави в економіці: концепція інноваційної держави; концепція суспільної ринкової економіки	А.Яблонська М.Туган-Барановський Й.Шумпeter Дж. Кейнс Р.Мілвський М.Насі-	Активна політика держави з метою підтримки росту конкурентоспроможності	Інвестування у сучасну економіку як основний чинник постійного економічного росту. Здійснення інтервенцій відповідно до потреб ринку і пристосування до його умов. Елімінація інтервенцій, що не відповідають умовам ринкової економіки

	ловський		
Інституційно-нальні теорії	І.Хайамі В.Руттан Є.Вількін А.Вось	Здатність адаптуватися до умов і змін середовища через створення інституцій, властивих політиці держави	Перебудова правової системи, організацій і механізмів, що утворюють інституційну базу для росту конкурентоспроможності
Теорія суспільних змін. Теорія людського капіталу Теорія суспільної «системи вартості»	М.Вебер М.Тойнбі С.Гантінгтон	Людський потенціал, суспільна «система вартості» як базовий елемент стратегічного потенціалу	Утворення суспільно-культурних чинників, інвестування у людський капітал. Створення інформаційного суспільства
Теорія трансформації	Г.Колодко	Здатність адаптації до змін економічної системи	Реалізація перетворень, здатних допровадити до конструктивної, якісної зміни всієї економічної системи

*Розробка автора на основі опрацювання [20, с. 21-22].

Висновки. 1. Конкурентоспроможність підприємства – це:

➤ економічна характеристика, що в сукупності з фінансово-економічною стійкістю та ефективністю функціонування визначає його економічний стан;

➤ економічна категорія, що виражає економічні відносини між підприємствами з приводу їх здатності до стабільного позиціонування себе на ринку відповідної продукції завдяки конкурентним перевагам відносно конкурентів, забезпечуючи тим самим можливість здійснення ефективного виробничого процесу, рівень ефективності якого водночас сприяє формуванню необхідного рівня конкурентоспроможності підприємства;

➤ здатність підприємства за будь-яких обставин тривалий час утримувати позицію на ринку своєї продукції завдяки дії комплексу відповідних чинників: конкурентоспроможності технології та устаткування, персоналу, менеджменту, організації праці та конкурентоспроможності продукції, яка у свою чергу визначається витратами на її виробництво, ціною реалізації і, відповідно, якістю та умовами реалізації й відповідним супроводом.

2. Визначення рівня конкурентоспроможності підприємства на основі розрахунку якогось конкретного інтегрального індексу чи показника не є можливим і доцільним через необ'єктивність такої оцінки або трудомісткість розрахунків. Тому визначати рівень конкурентоспроможності підприємства доцільно через виявлення його конкурентних переваг як чинників цієї конкурентоспроможності. З-поміж основних показників рівня

конкурентоспроможності підприємства доцільно виокремити ті, що характеризують: рівень фінансово-економічного стану (коефіцієнти ліквідності тощо); рівень ефективності господарювання (рівень рентабельності тощо); частку підприємства на ринку аналогічної продукції й тривалість позиціонування підприємства на ринку на визначеному рівні; коефіцієнт присутності продукції підприємства (відношення кількості торгових точок, у яких виявлено продукцію підприємства, до загальної кількості цих точок).

Бібліографічний список

1. Аблязова С. А. Підвищення ефективності управління конкурентоспроможністю підприємств виноградарсько-виноробної галузі Криму : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 "Економіка та управління підприємствами" / С. А. Аблязова. – Львів, 2008. – 20 с.
2. Азоев Г. Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика / Г. Л. Азоев. – М. : Центр экономики и маркетинга, 1996. – 208 с.
3. Антонюк Г. Я. Механізм забезпечення конкурентоспроможності підприємств молокопереробної галузі в умовах євроінтеграції : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами» / Г. Я. Антонюк. – Львів, 2009. – 20 с.
4. Гельвановский М. Конкурентоспособность в глобальной системе координат / М. Гельвановский, В. Жуковская // Мировая экономика и международные отношения. – 1998. – № 7. – С. 14-21.
5. Деркачова В. В. Формування маркетингової стратегії конкурентоспроможності підприємств АПК у сучасних умовах : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук / В. В. Деркачова. – Луганськ, 2009. – 20 с.
6. Дмитренко Н. М. Конкурентоспроможність переробних підприємств малого бізнесу в АПК : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук / Н. М. Дмитренко. – Дніпропетровськ, 2008. – 20 с.
7. Должанський І. З. Конкурентоспроможність підприємства / І. З. Должанський, Т. О. Загорна. – К. : Центр навч. літ., 2006. – 384 с.
8. Драган О. І. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теоретичні аспекти : [монографія] / О. І. Драган. – К. : ДАКККіМ, 2006. – 144 с.
9. Желєзняк А. М. Підвищення конкурентоспроможності молокопереробних підприємств : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 "Економіка та управління підприємствами" / А. М. Желєзняк. – Львів, 2007. – 20 с.
10. Забезпечення конкурентоспроможності аграрного сектора економіки України на внутрішньому і зовнішньому ринках : наук. доп. / за ред. акад. УААН В. М. Трегобчука, чл.-кор. УААН Б. Й. Пасхавера. – К. : Ін-т екон. та прогнозув., 2007. – 260 с.
11. Інфраструктурне забезпечення конкурентної економіки регіонів (методологія і механізми) / [ред. кол.: наук. ред. д.е.н., проф. П. Ю. Беленький]. – Львів, 2002. – 308 с.
12. Кіндрацька Г. І. Стратегічний менеджмент : [навч. посіб.] / Г. І. Кіндрацька. – К. : Знання, 2006. – 366 с.
13. Куць Т. В. Про оцінку конкурентоспроможності продукції / Т. В. Куць // Економіка АПК. – 1998. – № 2. – С. 58-61.
14. Павлова О. В. Конкурентоспроможність продукції підприємств сільськогосподарського машинобудування : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук / О. В. Павлова. – Запоріжжя, 2008. – 20 с.

15. Пристемський О. С. Формування та удосконалення конкурентоспроможності фермерських господарств регіону : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук / О. С. Пристемський. – Дніпропетровськ, 2009. – 20 с.
16. Радкевич Н. В. Оцінка конкурентного потенціалу підприємства / Н. В. Радкевич // Аграрний вісник Причорномор'я : економічні науки : зб. наук. пр. :– Одеса, 2001. – Вип. 6. – С. 65-67.
17. Фатхутдинов Р. А. Управление конкурентоспособностью / Р. А. Фатхутдинов // Стандарты и качество. – 2000. – № 10. – С. 10-13.
18. Шевельова С. О. Конкурентоспроможність молочного підкомплексу : [монографія] / С. О. Шевельова. – Тернопіль : Збруч, 2001. – 408 с.
19. Школьний О. О. Організаційно-економічні механізми управління конкурентоспроможністю аграрних підприємств : [монографія] / О. О. Школьний. – Умань : Вид-во Уман. ДАУ, 2007. – 308 с.
20. Adamowicz M. Konkurencja i konkurencyjność w agrobiznesie. Aspekty teoretyczne i praktyczne / M. Adamowicz // Zagadnienia Ekonomiki Rolnej. – 1999. – № 2-3. – S. 14-19.
21. Buckley P. Market Servicing Strategies and Competitiveness / P. Buckley, Pass and Prescott K. // Journal of General Management. – 1991. – Vol. 17, № 2. – P. 34-46.
22. Dołęgowski T. Konkurencyjność instytucjonalna i systemowa w warunkach gospodarki globalnej. Implikacje dla sektora usług / T. Dołęgowski. – Warszawa : Wyd-wo SGH. – 348 s.
23. Reed M. R. International Trade in Agricultural Products / M. R. Reed. – Upper Saddle River, NJ : Prentice-Hall, 2001. – 235 p.
24. Szevelowa S. Zdolność konkurencyjna sektora mleczarskiego Ukrainy z uwzględnieniem doświadczeń Polski / S. Szevelowa. – Warszawa : Wyd-wo SGGW, 2004. – 254 s.

Черевко Д. Удосконалення методики визначення конкурентоспроможності підприємства в системі її чинників

Відображено основні результати дослідження існуючих методик визначення рівня конкурентоспроможності підприємства, здійснено їх узагальнення та систематизацію, формування якомога уніфікованішого варіанта методики і обґрунтування основних напрямів удосконалення з метою полегшення процесу застосування й одержання при цьому максимально комплексної оцінки її рівня.

Ключові слова: конкурентоспроможність, методика, чинники, конкурентні переваги.

Cherevko D. Improvement of methodic of enterprise competitiveness estimation in the system of its factors

The main results of investigation of existence methodics of enterprise competitiveness estimation, of its generalization and systematization, of as possible unified variant of its formation, of its improvement main directions with the purpose of its implementation and obtaining by the way maximally complex estimation of its level.

Key words: competitiveness, methodic, factors, competitive advantages.

Черевко Д. Совершенствование методики определения конкурентоспособности предприятия в системе ее факторов

Представлены основные результаты исследования существующих методик определения уровня конкурентоспособности предприятия, их обобщения и систематизации, формирования по возможности унифицированного ее варианта и обоснования основных направлений совершенствования с целью облегчения процесса применения и получения при этом максимально комплексной оценки ее уровня.

Ключевые слова: конкурентоспособность, методика, факторы, конкурентные преимущества.