

УДК 65.012.4 (477)

## МЕТОДОЛОГІЧНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

**Анісімова О. М.**, д.е.н., професор, завідувач кафедри інформаційних систем управління, Донецький національний університет (м. Вінниця)

### **Анісімова О. М. Методологічний підхід до оцінки конкурентоспроможності економічного потенціалу підприємства.**

Визначено теоретико-методологічні аспекти формування механізму розвитку економічного потенціалу підприємства. Обґрунтовано, що у рамках даного механізму можливо і доцільно оцінювати рівень конкурентного статусу підприємства на основі комплексної інформації про рівень розвитку економічного потенціалу, чинників зовнішньої дії, збалансованої системи кількісних і якісних критеріїв діагностики елементів економічного потенціалу, трансформації взаємовпливу виявлених елементів залежно від загальних стадій розвитку підприємства і чинників зовнішньої дії. Розглянуті різні підходи до аналізу конкурентоспроможності підприємства та визначені їхні позитивні і негативні сторони. У рамках конкурентного механізму розвитку економічного потенціалу підприємства запропоновано розглядати конкурентні позиції і особливості конкурентного середовища підприємства. Запропоновано визначення поняття «конкурентний статус підприємства», під яким розуміється здатність підприємства до досягнення певного рівня конкурентної переваги. Проблема визначення параметрів розвитку вирішується шляхом формування необхідних параметрів економічного потенціалу з урахуванням їх значущості, і відповідності фактичному стану. Викладений підхід до оцінки ступеня достатності розвитку економічного потенціалу, який виходить з потенційної можливості визначення необхідних значень параметрів його елементів. Визначено, що підсумкова оцінка рівня конкурентоспроможності економічного потенціалу повинна дозволяти аналізувати вплив як окремих сторін внутрішнього і зовнішнього середовища, так і сукупний вплив усіх умов що впливають на можливість розвитку економічного потенціалу і досягнення відповідного рівня конкурентного статусу. В результаті оцінка елементів, що утворюють економічний потенціал, здійснюється за допомогою набору конкретних характеристик, де кожен з вказаних елементів характеризується і оцінюється безліччю кількісних і якісних показників.

### **Anisimova O. The methodological approach to the competitiveness evaluation of the company's economic potential.**

In the paper author has defined theoretical and methodological aspects of the economic potential mechanism formation of the company. It is proved that in the framework of this mechanism it is possible and advisable to assess the level of competitive status on the basis of comprehensive information about the level of economic potential, factors external examination and by using balanced system of quantitative and qualitative criteria diagnostic elements of economic potential, transformation of interference detected items depending on the general stages of enterprise development and factors external action. The author analyzed different approaches to the enterprises competitiveness evaluation and their positive and negative sides. Within the frame of the economic potential competitive mechanism of the company it is proposed to consider the competitive position and characteristics of the company` competitive environment of the company. In the paper author gives a definition of "competitive status of the company", and it refers to the ability of the enterprise to achieve a certain level of competitive advantage. The problem of determining the parameters is solved in the paper by the evaluation of

necessary parameters of economic potential in view of their importance, and according to the actual situation. The approach to assess the degree of adequacy of the economic potential that comes with the potential for the definition of appropriate parameter values of its elements. Author had determined that the final evaluation of the economic potential must allow analysis of the individual parties' internal and external environment impact and the cumulative effect of all conditions affecting the possibility of economic potential and achieving the appropriate level of competitive status. And as a result the evaluation of the elements, which form the economic potential, is considered through the set of specific characteristics, where each of these elements is characterized and evaluated by many quantitative and qualitative indicators

**Анисимова О.Н. Методологический подход к оценке конкурентоспособности экономического потенциала предприятия.**

Определены теоретико-методологические аспекты формирования механизма развития экономического потенциала предприятия. Обосновано, что в рамках данного механизма возможно и целесообразно оценивать уровень конкурентного статуса предприятия на основе комплексной информации об уровне развития экономического потенциала, факторов внешнего воздействия, сбалансированной системы количественных и качественных критериев диагностики элементов экономического потенциала, трансформации взаимовлияния выявленных элементов в зависимости от общих стадий развития предприятия и факторов внешнего воздействия. Рассмотрены различные подходы к анализу конкурентоспособности предприятия и определены их положительные и отрицательные стороны. В рамках конкурентного механизма развития экономического потенциала предприятия предложено рассматривать конкурентные позиции и особенности конкурентной среды предприятия. Предложено определение понятия «конкурентный статус предприятия», под которым понимается способность предприятия к достижению определенного уровня конкурентного преимущества. Проблема определения параметров развития решается путем формирования необходимых параметров экономического потенциала с учетом их значимости, и соответствия фактическому состоянию. Изложенный подход к оценке степени достаточности развития экономического потенциала, который выходит из потенциальной возможности определения требуемых значений параметров его элементов. Определено, что итоговая оценка уровня конкурентоспособности экономического потенциала должна позволять анализировать влияние как отдельных сторон внутренней и внешней среды, так и совокупное влияние всех условий влияющих на возможность развития экономического потенциала и достижение соответствующего уровня конкурентного статуса. В результате оценка элементов, образующих экономический потенциал, осуществляется с помощью набора конкретных характеристик, где каждый из указанных элементов характеризуется и оценивается множеством количественных и качественных показателей.

**Постановка проблеми.** У сучасних умовах лише те підприємство може вважатися здатним до функціонування в ринковій економіці, чії служби націлені, передусім, на досягнення довготривалих стратегічних цілей з максимальною ефективністю і рентабельністю. Розробка таких цілей і переорієнтація на них усіх підрозділів підприємства вимагає, передусім, чіткої і відлагодженої лінії концептуального розвитку потенціалу підприємства, що включає розвиток не лише основних його складових, але й моделі поведінки на ринку, реструктуризацію заборгованості і впорядкування внутрішніх і зовнішніх фінансових взаємовідносин.

**Аналіз наукових досліджень і публікацій.** Уперше узагальнення теорії конкуренції було зроблене А. Смітом. Ним було запропоновано визначення конкуренції як суперництва, що підвищує ціни при рівні пропозиції товару, яка знижується, і зменшує ціни при надлишку такої пропозиції. Таким чином, вже до кінця XVIII століття склалася чітка концепція конкуренції, в основі якої лежав головний принцип «невидимої руки» або ідеального плану розвитку економіки. А. Смітом в запропонованій теорії конкуренції були

висунені принципи і механізми конкуренції, визначені основні умови ефективної конкуренції, що полягають в наявності великої кількості продавців і покупців, що мають в розпорядженні вичерпну інформацію, відсутності монополій і здатності до доступу і мобільного використання ресурсів [7].

Подальший розвиток теорія конкуренції отримала в роботах таких учених, як Д. Рікардо, Д.С. Міаль, Дж. Робінсон, Дж. Кейнс, Й. Шумпетер, П. Хейне, Ф. Найт, К.Р. Макконнелл, С.Л. Брю, М. Портер, Г.Л. Азоєв, Ю.І. Коробов, Л.Г. Раменський, Д.Ю. Юданов, Р.А. Фатхутдінов.

Так, П. Хейне визначав конкуренцію як «прагнення найкращого задоволення доступу до рідкісних благ». Це визначення, передусім, вказує на цільовий початок конкуренції, а саме в придбанні необхідних ресурсів. Ф. Найт, К.Р. Макконнелл, С.Л. Брю мають досить схоже судження про конкуренцію, що спирається передусім на незалежність «конкуруючих одиниць» або «покупців і продавців». При цьому, як обов'язкову умову, можна виділити необхідність великої кількості таких «одиниць» на ринку. Й. Шумпетер і Ф.А. Хайек в основу поняття конкуренції вкладають передусім прогрес («суперництво старого з новим», «процес отримання і передачі знання»). Оригінальність подібного підходу виражається ще і в тому, що Хайек підкреслював «виховання» конкуренції як особливого методу, стимулюючого раціональність поведінки на ринку. Поведінкового трактування дотримуються Г.Л. Азоєв, М.І. Круглов і А.Ю. Юданов, розглядаючи конкуренцію як боротьбу або суперництво між окремими особами (фірмами) за швидке досягнення схожих цілей. М. Портер і Р.А. Фатхутдінов схожі в думці, що конкуренція – це, передусім, процес, процес «динамічний і той, що розвивається», при якому з'являються нові можливості для фірми проявити свої конкурентні переваги [1,6,8,9,12].

**Невирішені проблеми дослідження** – формування методики здійснення кількісної оцінки конкурентного статусу підприємства на основі підвищення економічного потенціалу в межах організаційного механізму розвитку підприємства.

**Мета статті.** Метою дослідження є аналіз проблем управління на підприємстві в нових господарських умовах та формування організаційно-економічного механізму стійкого розвитку потенціалу підприємства, одним з результатів функціонування якого буде підвищення конкурентоспроможності як продукції, що випускається, так і підприємства в цілому.

**Результати дослідження.** Конкуренція є змаганням між товаровиробниками за найбільш вигідні сфери додаткового капіталу, ринки збуту, джерела сировини [5].

Ми визначаємо конкуренцію як динамічний процес вільного суперництва між суб'єктами ринку, спрямований передусім на індивідуальний, а зрештою і громадський розвиток через досягнення конкретно поставлених цілей. Аналізуючи конкуренцію, з метою вироблення подальшої стратегії розвитку, необхідно визначитися з її типом (рис. 1).

Нерозривно з поняттям конкуренції пов'язано поняття конкурентоспроможності. І якщо конкуренція – це процес, то конкурентоспроможність характеризує передусім властивість об'єкту. Подібний висновок ілюструється рядом визначень конкурентоспроможності, так Л.В. Целікова [10] розглядає конкурентоспроможність, в основному спираючись на значущість суб'єкта дослідження в конкретних умовах. Подібний підхід дещо змішує поняття «конкурентоспроможність» і «рівень конкурентоспроможності».

Конкурентоспроможність – це відносна оцінка переваг фірм, підприємств, продуктів і послуг, яка дозволяє їм з більшою ефективністю задовольняти потреби споживачів. Конкурентоспроможність відбиває ключові властивості товару, послуги, суб'єкта ринкових відносин, що виступає на ринку на рівні з присутніми там аналогічними товарами, послугами або конкуруючими суб'єктами ринку. При цьому конкурентоспроможність може бути визначена трьома основними характеристиками: висока, середня, низька. Так, конкурентоспроможним (тобто з середньою або високою

конкурентоспроможністю) можна вважати підприємство, яке займає на внутрішньому ринку стійкі позиції, проникає на зовнішні ринки та активно реалізує ефективну конкурентну стратегію.

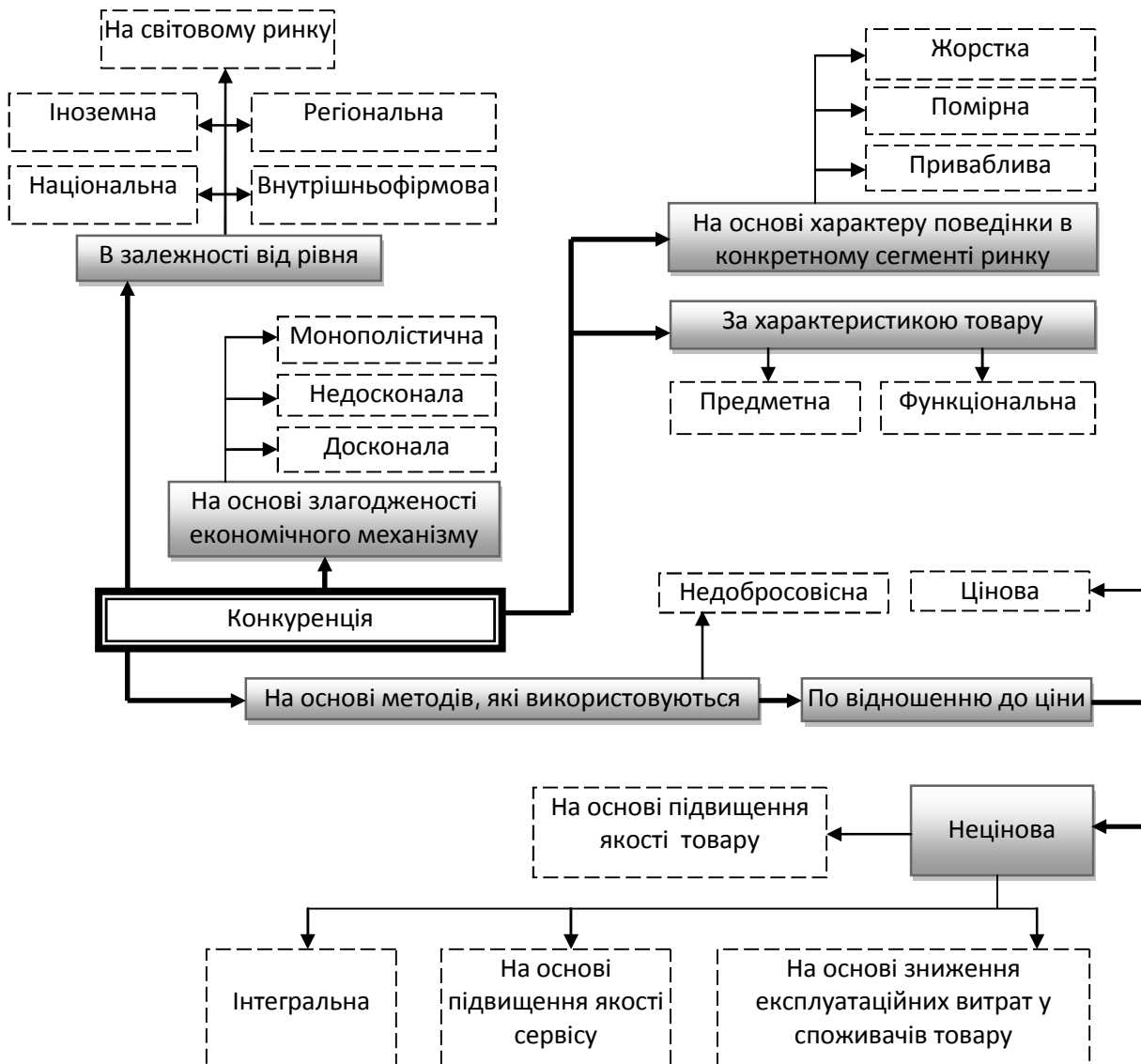


Рисунок 1 – Типологічна структура конкуренції

Крім того, на нашу думку, реальна конкурентоспроможність підприємства складається з двох складових – конкурентоспроможності продукції, що випускається ним, і конкурентоспроможності економічного потенціалу. Перша складова визначає конкурентний статус на найближчу перспективу, друга – збереження довгострокової конкурентної стійкості.

Існують різні підходи аналізу конкурентоспроможності підприємства. Головною метою більшості з них є виведення одиничного числового показника ( $K$ ), що однозначно визначає конкурентоспроможніше підприємство. Підприємство з більш високим показником вважається більш конкурентоспроможнішим. При дослідженні конкурентоспроможності проводиться аналіз компонентів, що становлять величину  $K$ .

Слід особливо відмітити метод «багатокутника конкурентоспроможності» [10], відмінною особливістю якого є графічний спосіб представлення інформації, що, безумовно є зручнішою формою для людського сприйняття. В цьому методі використовується комбінація півосей, на яких відкладені точки числових значень

компонентів, що становлять величину  $K$ . Лінії з'єднань між такими послідовними точками утворюють замкнуту фігуру, яка називається багатокутником конкурентоспроможності. Послідовність розташування півосей формує вид багатокутника конкурентоспроможності. Ця послідовність, на наш погляд, не може бути універсальною і повинна залежати від цілей аналізу, що проводиться. Для кожної групи експертів вона має бути своя.

Існує інший метод, що також використовує графічні засоби відображення результатів, – це матричний метод, розроблений консультативною «групою Бостона». Конкурентоспроможність одного підприємства представляється у вигляді точки на напівплощині, яка складається з осі «темпи росту кількості продажів» і позитивної півосі «відносна частка товару». Згідно з цим методом конкурентоспроможнішими вважаються підприємства, точки яких розташовані вище і правіше [11]. Окрім недоліків, викликаних масштабом осей і множинністю товарів, що випускаються, існує один істотний недолік, викликаний невизначеністю вагового значення осей. Щоб пояснити це, проведемо в правій частині напівплощині (рис. 2) лінію графіку функції  $y(x)=x$ .

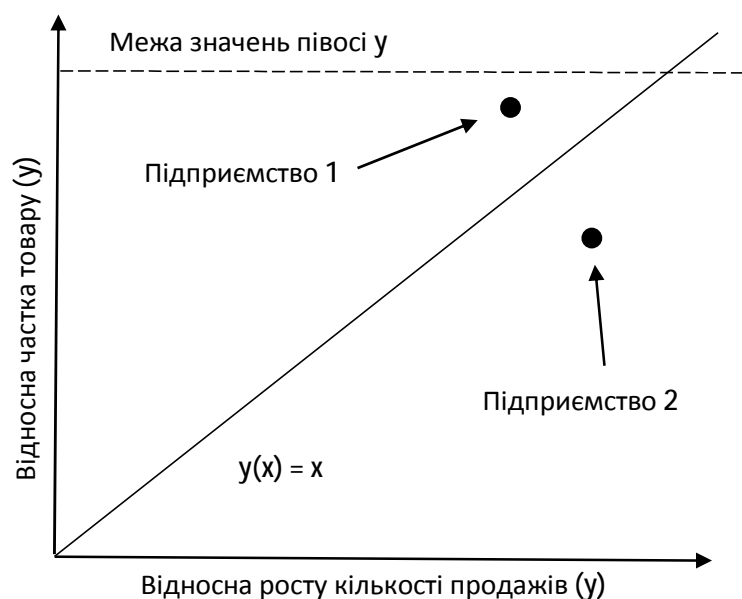


Рисунок 2 – Ілюстрований аналіз матричного методу оцінки конкурентоспроможності

Припустимо, існують два підприємства, точки яких розташовані симетрично відносно проведеної лінії і віддалені один від одного на досить великій відстані. Згідно рис. 2 ці підприємства мають однакову конкурентоспроможність, але на ділі це може бути не так. Причина полягає в тому, що вісь «темпи росту кількості продажів» за визначенням не має межі, тоді як піввісь «відносна частка товару» обмежена значенням 100%. Підприємство, що наближається своїм показником «відносна частка товару» до цього граничного значення, стає монополістом і для нього втрачається значущість іншої осі. Таким чином, може виникнути ряд ускладнень при використанні цього методу при аналізі конкурентоспроможності підприємства.

Повернемося до питання про масштаби осей якостей або, іншими словами, значущість одиничної характеристики, що входить до складу системи. Чисельні розрахунки показника конкурентоспроможності ( $K$ ) більшості методів при всьому своєму різноманітті засновані на одному принципі: це математичний вираз, що складається з сукупності многочленів, кожен з яких є добутком чисельного вираження якого-небудь якісного параметра  $\Pi$  на деякий коефіцієнт  $A$ , який визначається експериментальним або експертним шляхом, тобто  $K = f(A_1\Pi_1, A_2\Pi_2, \dots, A_n\Pi_n)$ , де  $n$  – кількість многочленів у виразі. Способи розрахунку величини  $\Pi$  і усього виразу для  $K$  змінюються від одного методу до

іншого, але усі вони мають один загальний недолік. Недосконалість таких методів полягає у виборі значення коефіцієнта  $A$ . Тут можна виділити дві особливості. Перша особливість проявляється в методах, де значення  $A$  формуються на основі опитувань споживачів товарів. Результатом такого опитування буде деяка комбінація коефіцієнтів. Проте часто вимоги покупців не однозначні. Це призводить до необхідності формування купівельних груп, для кожної з яких комбінація коефіцієнтів  $A$  буде неповторною. Це, у свою чергу, спричиняє за собою різні чисельні значення конкурентоспроможності, що робить величину конкурентоспроможності ( $K$ ) суб'єктивною. Друга особливість полягає в тому, що може існувати залежність між чисельним значенням якісного параметра  $\Pi$  і його коефіцієнтом  $A$ , тобто має місце  $A=f(\Pi)$ . Більше того, може існувати складніша залежність  $A$  від значень  $\Pi$ , що відноситься до інших членів виразу для  $K$ . Наприклад, для автомобіля зменшення значення характеристики «максимальна швидкість» веде до зменшення значущості характеристик «безпека» і «коефіцієнт лобового опору», в той же час для швидкісних автомобілів ці характеристики мають високу значущість.

Таким чином, на підставі вищевикладеного можна зробити висновок про те, що існуючі методи аналізу конкурентоспроможності мають цілий ряд індивідуальних і групових недоліків. Одними з найважливіших групових недоліків є «спрощений підхід до визначення значущості складових компонентів конкурентоспроможності» і «відсутність інформації про конкурентоспроможність потенціалу підприємства», наслідком чого може виступати ще один груповий недолік – «відсутність прогнозової інформації».

У рамках конкурентного механізму розвитку економічного потенціалу підприємства слід розглянути конкурентні позиції і особливості конкурентного середовища підприємства. Конкурентне середовище визначається, передусім, формою ринку (поліполія, олігополія, монополія і їх модифікації). Держава регулює ринок, підтримуючи добросовісну конкуренцію, забороняючи недобросовісну конкуренцію і обмежуючи монополістичну діяльність [4].

Головною проблемою у визначенні конкурентного статусу підприємства (КСП) стає проблема оцінки ступеня достатності розвитку економічного потенціалу підприємства і умов зовнішнього середовища для створення і підтримки на високому рівні конкурентної переваги фірми. Розв'язавши цю проблему, можна говорити про рівень конкурентного статусу підприємства як ступеня достатності передумов для створення і підтримки відповідного рівня конкурентної переваги.

У зв'язку з цим виникають принципи кількісної оцінки рівня конкурентоспроможності економічного потенціалу (конкурентного статусу підприємства), серед яких можна виділити:

1. Диференціацію оцінки відповідно до етапів життєвого циклу підприємства і розвитку економічного потенціалу.
2. Методика оцінки повинна відбивати значущість чинників дії зовнішнього середовища на рівень і можливість розвитку економічного потенціалу.
3. Окрім узагальненої оцінки рівня економічного потенціалу потрібна також конкретизована оцінка основних елементів економічного потенціалу.
4. Підсумкова оцінка рівня конкурентоспроможності економічного потенціалу повинна дозволяти аналізувати вплив як окремих сторін внутрішнього і зовнішнього середовища, так і сукупний вплив усіх умов що впливають на можливість розвитку економічного потенціалу і досягненню відповідного рівня конкурентного статусу.

Так, найбільш прийнятним ми вважаємо використати як середньоарифметичну величину, так і середньгеометричну. Середньоарифметична величина використовується до оцінки елементів економічного потенціалу. Пояснити подібний вибір можна наступним, середньгеометрична величина зводить нанівець результати оцінки у разі нульового значення одного (будь-кого) з множників. З урахуванням вищевикладеного ми пропонуємо наступну конструкцію основних параметрів для визначення величини

конкурентного статусу підприємства на основі оцінки економічного потенціалу підприємства і аналізу впливу зовнішнього середовища.

$$W_z = \frac{\overset{\circ}{a} \prod_{i=1}^n W_{iz}^{PB} \cdot a_{iz}}{\overset{\circ}{a} \prod_{j=1}^m W_{jz}^{HB} \cdot b_{jz} + \overset{\circ}{a} \prod_{i=1}^n W_{iz}^{PB} \cdot a_{iz}}, \quad (1)$$

$$W = \sqrt[g]{\overset{\circ}{O} \prod_{z=1}^g W_z}, \quad (2)$$

де  $W$  – показник сукупного впливу зовнішніх чинників на розвиток економічного потенціалу за увесь період життєвого циклу підприємства;

$W_z$  – показник сукупного впливу зовнішніх чинників на розвиток економічного потенціалу за  $z$  період життєвого циклу підприємства ( $z = 1, g$ );

$W_{iz}^{PB}$  – показники зовнішньої дії на можливість розвитку економічного потенціалу підприємства позитивного впливу у рамках  $z$  періоду життєвого циклу підприємства;

$W_{jz}^{HB}$  – показники зовнішньої дії на можливість розвитку економічного потенціалу підприємства негативного впливу у рамках  $z$  періоду життєвого циклу підприємства;

$a_{iz}$  – коефіцієнт значущості  $i$ -го чинника зовнішньої дії позитивної спрямованості на  $z$  етапі ЖЦП.

$b_{jz}$  – коефіцієнт значущості  $j$ -го чинника зовнішньої дії негативної спрямованості на  $z$  етапі ЖЦП.

$$EP_{iz} = \frac{\overset{\circ}{a} \prod_{j=1}^k R_{ijz} \cdot l_{ijz}}{k_i}, \quad (3)$$

$EP_{iz}$  – показник оцінки  $i$ -го елементу економічного потенціалу в  $z$  період життєвого циклу підприємства (ЖЦП).

$R_{ijz}$  – часткові показники оцінки  $i$ -го елементу економічного потенціалу в  $z$  період життєвого циклу підприємства (ЖЦП).

$l_{ijz}$  – коефіцієнт значущості  $j$ -го показника  $i$ -го елементу економічного потенціалу в  $z$  період життєвого циклу підприємства (ЖЦП).

$k_i$  – кількість показників оцінки  $i$ -го елементу економічного потенціалу.

$$EPII_z = \frac{\overset{\circ}{a} \prod_{j=1}^k (R_{ijz} \cdot l_{ijz})}{k_l} \cdot v_i, \quad (4)$$

$$EPII = \sqrt[g]{\overset{\circ}{O} \prod_{z=1}^g EPII_z}, \quad (5)$$

$$KSP_z = \sqrt{EPII_z \cdot W_z}, \quad (6)$$

$$KSP = \sqrt[g]{\overset{\circ}{O} \prod_{z=1}^g \sqrt{EPII_z \cdot W_z}}, \quad (7)$$

$EPP_z$  – показник оцінки економічного потенціалу підприємства в  $z$  період ЖЦП;

$v_{iz}$  – коефіцієнт значущості  $i$ -го елементу економічного потенціалу підприємства в  $z$  період життєвого циклу підприємства,  $\sum v_{iz} = 1$ .  $v_{1z}$  – виробничий потенціал,  $v_{2z}$  – науково-технічний,  $v_{3z}$  – кадровий,  $v_{4z}$  – фінансовий.

Показники значущості визначаються експертним шляхом відповідно до значущості елементу і особливостей етапу життєвого циклу підприємства.

Нами пропонується наступна система коефіцієнтів значущості елементів, заснована на методі аналізу характеру впливу у рамках конкретного життєвого циклу підприємства (рис. 3).

		Коефіцієнти значущості елементів ЕПП			
		$v_{1z}$	$v_{2z}$	$v_{3z}$	$v_{4z}$
Етапи життєвого циклу підприємства	Формування	0,22	0,33	0,32	0,13
	Розвиток	0,25	0,255	0,21	0,29
	Зрілість	0,29	0,3	0,11	0,3
	Стагнація	0,20	0,25	0,39	0,16
	Спад	0,14	0,15	0,56	0,15

Рисунок 3 – Матриця коефіцієнтів значущості елементів економічного потенціалу залежно від етапів життєвого циклу підприємства.

$EPP$  – показник оцінки економічного потенціалу підприємства за увесь життєвий цикл підприємства.

$KSP_z$  – показник оцінки конкурентного статусу підприємства в  $z$  період ЖЦП.

$KSP$  – показник оцінки конкурентного статусу підприємства за увесь життєвий цикл підприємства.

Запропонована нами кількісна оцінка конкурентного статусу підприємства на основі оцінки економічного потенціалу дозволяє виявити як позитивну, так і негативну динаміку розвитку і здійснити по-елементний аналіз.

**Висновки і пропозиції.** Отже, запропонована нами система оцінки конкурентного статусу не є остаточною. Нами визначений загальний методологічний підхід, у рамках якого можуть піддаватися трансформації не лише склад елементів і їх значущість, але також і методи визначення характеру впливу зовнішнього середовища у рамках конкретного часового періоду.

Суть запропонованого методологічного підходу до оцінки конкурентоспроможності промислового підприємства може бути зведена до:

1. Виявлення і оцінки впливу чинників макро- і мезорівня підприємства.
2. Встановлення сукупного впливу зовнішніх чинників на розвиток економічного потенціалу за увесь період життєвого циклу підприємства.
3. Встановлення показників, що характеризують конкретний елемент у складі економічного потенціалу.
4. Визначення коефіцієнта значущості елементів економічного потенціалу підприємства в конкретно встановлений період життєвого циклу підприємства.
5. Визначення конкурентоспроможності (конкурентного статусу) економічного потенціалу підприємства у рамках конкретного етапу життєвого циклу, а також підсумковій конкурентоспроможності (на усіх етапах життєвого циклу підприємства).



На наш погляд перевагою запропонованого методологічного підходу до оцінки конкурентоспроможності економічного потенціалу підприємства є можливість зіставлення рівня конкурентного статусу промислових підприємств різної галузевої приналежності, в основі якого лежить повномасштабна оцінка економічного потенціалу.

#### **Список використаних джерел:**

1. Азоев Г. Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика / Г. Л. Азоев. – М. : Центр экономики и маркетинга, 2006. – 371 с.
2. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика / Е.П. Голубков; 2-е издание, перераб. и доп. - М.: Издательство "Финпресс", 2008.– 512 с.
3. Градов А. П. Технический уровень производства машиностроительных предприятий: Экономический анализ / А. П. Градов – Л. : Машиностроение, 1984. – 593 с.
4. Круглов М. И. Стратегическое управление компанией / М. И. Круглов. – М. : Русская деловая литература, 2007. – 768 с.
5. Малый экономический словарь / Под ред. А. Н. Азрилияна. – М. : Ин-т новой экономики, 2000. – 421 с.
6. Портер М. Конкуренция / М. Портер ; пер с англ. – М. : Вильямс, 2003. – 496 с.
7. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / А. Смит. - М.: Соцэкгиз. 1992. – 457 с.
8. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р. А. Фатхутдинов. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 316 с.
9. Хайек Ф. А. Познание, конкуренция и свобода / Ф. А. Хайек. – СПб. : Пневма, 1999. – 229 с.
10. Целикова Л.В. Конкурентоспособность субъектов рынка и механизм ее оценки / Л.В. Целикова // Вестн. Моск. ун-та. Сер.6. Экономика. – 2000. – № 2. – С.54-67.
11. Цыганова А.Г. Конкуренция и антимонопольное регулирование / А.Г. Цыганова - М.: ИНФРА-М, 2010. – 436 с.
12. Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика / А.Ю. Юданов: Учеб. пособие. - 2-е изд. - М.: Гном-Пресс, 2003.– 517 с.

**Ключові слова:** конкурентоспроможність, конкурентний статус, економічний потенціал, методи оцінки, життєвий цикл підприємства, матриця коефіцієнтів.

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, конкурентный статус, экономический потенциал, методы оценки, жизненный цикл предприятия, матрица коэффициентов.

**Keywords:** competitiveness, competitive status, economic potential, methods of assessment, the life cycle of the enterprise, the coefficient matrix.