

Олександр Ю. Ємельянов, Лілія І. Лесик, Тетяна О. Петрушка  
МОДЕЛЮВАННЯ ПОКАЗНИКІВ ОЦІНЮВАННЯ  
КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРОМИСЛОВОГО  
ПІДПРИЄМСТВА

*У статті побудовано аналітичні вирази показників оцінювання конкурентного потенціалу промислового підприємства за певними видами продукції. Запропоновано узагальнюючі показники вимірювання конкурентних можливостей підприємства. Розроблено послідовність визначення рівня конкурентного потенціалу підприємства на засадах встановлення максимально можливої величини надприбутку від реалізації продукції шляхом обчислення оптимального натурального обсягу та вибору найкращої технології виробництва.*

*Ключові слова:* промислове підприємство; конкурентний потенціал; ціна продукції; надприбуток.

*Форм. 16. Літ. 11.*

Александр Ю. Емельянов, Лилия И. Лесик, Татьяна А. Петрушка  
МОДЕЛИРОВАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТНОГО  
ПОТЕНЦИАЛА ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

*В статье построены аналитические выражения показателей оценки конкурентного потенциала промышленного предприятия по видам продукции. Предложены обобщающие показатели измерения конкурентных возможностей предприятия. Разработана последовательность определения уровня конкурентного потенциала предприятия на основе установления максимально возможной величины сверхприбыли от реализации продукции путем вычисления оптимального натурального объема и выбора наилучшей технологии производства.*

*Ключевые слова:* промышленное предприятие; конкурентный потенциал; цена продукции; сверхприбыль.

Oleksandr Y. Iemelyanov<sup>1</sup>, Liliya I. Lesyk<sup>2</sup>, Tetyana O. Petrushka<sup>3</sup>  
MODELLING THE PARAMETERS FOR ASSESSMENT  
OF INDUSTRIAL ENTERPRISE'S COMPETITIVE POTENTIAL

*The article presents the construction of analytical indicators for the assessment of competitive potential of industrial enterprises by products types. General parameters for measuring enterprise's competitive capabilities are proposed. The sequence of competitive potential determination on the basis of the highest possible value definition of excess profits from the sale of products by calculating the optimal natural amount and selection of the best production technology is suggested.*

*Keywords:* industrial enterprise; competitive potential; product price; excess profit.

**Постановка проблеми.** На теперішній час існує стійка тенденція до посилення конкурентної боротьби на ринках збуту більшості видів промислової продукції. За таких умов отримання високих фінансово-економічних результатів господарської діяльності вимагає від промислових підприємств формування та реалізації дієвого механізму забезпечення їх конкурентоспроможності, що своєю чергою потребує оцінювання рівня конкурентного потенціалу цих підприємств.

---

<sup>1</sup> National University "Lviv Polytechnics", Ukraine.

<sup>2</sup> National University "Lviv Polytechnics", Ukraine.

<sup>3</sup> National University "Lviv Polytechnics", Ukraine.

Для вимірювання конкурентного потенціалу підприємств необхідною є наявність відповідного показника або групи показників, за допомогою яких можливо здійснити кількісну оцінку конкурентних можливостей суб'єктів господарювання. При цьому процес такого вимірювання повинен базуватися на виявленні невикористаних можливостей підприємств щодо зростання їхньої частки на відповідних ринках збуту певних видів промислової продукції. Такий підхід до оцінювання конкурентного потенціалу підприємств дасть змогу розробити комплекс організаційно-економічних заходів з підвищення їх конкурентоспроможності, зокрема, обґрунтувати доцільність оновлення техніко-технологічної бази.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання виокремлення чинників формування та розроблення показників оцінювання конкурентного потенціалу підприємств було розглянуто такими науковцями, як І. Аренков [1], М. Ахматова [2], Д. Барабась [3], А. Воронкова [4], В. Гнатушенко [5], Ю. Іванов [6], Н. Карачина [7], А. Касич [8], І. Кирчата [9], Т. Клімович [8], С. Ковальчук [10], М. Назарова [8], Є. Попов [2], В. Сімонова [11] та ін. При цьому вченими запропоновано низку науково обґрунтованих індикаторів конкурентних можливостей підприємств, серед яких одним з найбільш розповсюджених є частка, яку може зайняти дане підприємство на ринку збуту своєї продукції. Разом з тим, недостатньо дослідженим залишається питання визначення оптимальної величини такої частки з урахуванням можливостей переходу підприємства на нові та більш прогресивні технології виготовлення продукції.

**Метою дослідження** є побудова аналітичних виразів показників оцінювання конкурентного потенціалу промислового підприємства за певними видами його продукції, що надасть можливість встановити невикористані можливості для зростання фінансових результатів діяльності підприємства в порівнянні з конкурентами.

**Основні результати дослідження.** Конкурентний потенціал підприємства характеризується відносними показниками, які дають можливість оцінити рівень його конкурентних переваг у порівнянні з іншими підприємствами, що виготовляють подібну продукцію. При цьому є декілька способів такого порівняння, а саме: зіставлення значення певного показника, що характеризує економічний потенціал підприємства, із значенням відповідного показника: у того підприємства даної галузі промисловості, яке характеризується найбільш високим рівнем цього показника; у того підприємства даної галузі, яке характеризується найнижчим рівнем цього показника; із середньогалузевим значенням відповідного показника; із сумарним за галузю значенням відповідного показника.

Оскільки результати усіх перелічених способів зіставлення можуть мати належну інформаційну значущість лише у випадку здійснення їх за кожним окремим видом продукції, що виготовляється підприємством, доцільно ввести поняття конкурентного потенціалу суб'єкта господарювання за певним видом його продукції, під яким слід розуміти порівняльну відносно конкурентів характеристику сукупності ресурсів та компетенцій працівників підприємства (як наявних, так і таких, що можна набути додатково), які надають йому можливість забезпечити досягнення найкращого (як правило, максимально можливого) для даного підприємства рівня певної цілі (завдання).

Якщо розглядати випадок виготовлення підприємством окремого виду продукції в короткостроковому періоді, то головною метою діяльності суб'єкта господарювання при цьому буде максимізація прибутку від реалізації даної продукції. Враховуючи це, узагальнюючі індикатори вимірювання конкурентного потенціалу підприємства за певним видом його продукції можна подати таким чином:

- у випадку, коли зіставлення відбувається за усією сукупністю підприємств галузі, що виготовляють подібну продукцію:

$$I_{n1} = \frac{\Pi_d}{\Pi_{\text{сум}}}; \quad (1)$$

- у випадку, коли зіставлення відбувається шляхом порівняння з підприємством галузі, у якого величина очікуваного прибутку від реалізації даного виду продукції є максимальною:

$$I_{n2} = \frac{\Pi_d}{\Pi_{\text{мак}}}, \quad (2)$$

де  $I_{n1}$ ,  $I_{n2}$  – узагальнюючий показник оцінювання конкурентного потенціалу підприємства за певним видом його продукції відповідно у випадку, коли зіставлення відбувається за усією сукупністю підприємств галузі, що виготовляють подібну продукцію, та у випадку, коли зіставлення відбувається шляхом порівняння з підприємством галузі, у якого очікувана величина прибутку від реалізації цього виду продукції є максимальною, частки одиниці;  $\Pi_d$  – очікувана максимально можлива за умови повного використання наявних ресурсів величина операційного прибутку даного підприємства від реалізації певного виду продукції за деякий проміжок часу (наприклад, за рік), грн;  $\Pi_{\text{сум}}$  – очікувана сумарна величина операційного прибутку усіх підприємств галузі від реалізації певного виду продукції за цей же проміжок часу, грн;  $\Pi_{\text{мак}}$  – очікувана величина операційного прибутку того підприємства галузі, у якого вона є найбільшою, від реалізації певного виду продукції за цей же проміжок часу, грн.

Недоліком показників (1) та (2) як індикаторів оцінювання конкурентного потенціалу підприємства за певним видом продукції є те, що вони не враховують обсяги потрібних інвестицій у виготовлення цієї продукції. З метою такого врахування доцільно подати узагальнюючі індикатори вимірювання конкурентного потенціалу підприємства за певним видом його продукції таким чином:

- у випадку, коли зіставлення відбувається за усією сукупністю підприємств галузі, що виготовляють подібну продукцію:

$$I'_{n1} = \frac{\Pi_d - K_d \times H}{\Pi_{\text{сум}} - K_{\text{сум}} \times H}; \quad (3)$$

- у випадку, коли зіставлення відбувається шляхом порівняння з підприємством галузі, у якого величина надприбутку від реалізації даного виду продукції є максимальною:

$$I'_{n2} = \frac{\Pi_d - K_d \times H}{\Pi'_{\text{мак}} - K'_{\text{мак}} \times H}, \quad (4)$$

де  $I_{n1}, I_{n2}$  – узагальнюючий показник оцінювання конкурентного потенціалу підприємства за певним видом його продукції на засадах визначення величини надприбутку її реалізації (різниця між операційним прибутком та добуток інвестицій, вкладених у його отримання на норму прибутковості) відповідно у випадку, коли зіставлення відбувається за усією сукупністю підприємств галузі, що виготовляють подібну продукцію, та у випадку, коли зіставлення відбувається шляхом порівняння з підприємством галузі, в якого очікувана величина надприбутку від реалізації даного виду продукції є максимальною, частки одиниці;  $K_d$  – розмір інвестицій даного підприємства у виготовлення ним певного виду продукції для отримання максимальної величини операційного надприбутку від реалізації цієї продукції, грн;  $H$  – норма прибутковості інвестицій у даній галузі промисловості, частки одиниці;  $K_{сум}$  – прогнозний розмір інвестицій у виготовлення даного виду продукції усіма підприємствами галузі, грн;  $P_{мак}$  – очікувана величина операційного прибутку того підприємства галузі, в якого сподівана величина операційного надприбутку від реалізації цієї продукції за певний проміжок часу є найбільшою порівняно з усіма іншими підприємствами, які виготовляють дану продукцію, грн;  $K'_{мак}$  – прогнозний розмір інвестицій у виготовлення даного виду продукції того підприємства галузі, у якого очікувана величина операційного надприбутку від реалізації цієї продукції за певний проміжок часу є найбільшою порівняно з усіма іншими підприємствами, які виготовляють дану продукцію, грн.

Таким чином, оцінювання конкурентного потенціалу підприємства за певним видом продукції на засадах визначення величини надприбутку від її реалізації повинно передбачати, насамперед, встановлення оптимального натурального обсягу виробництва та реалізації цієї продукції, за якого величина надприбутку за нею буде максимальною. При цьому необхідно відзначити, що величина операційного надприбутку підприємства як функція від натурального обсягу реалізації ним певного виду продукції у загальному випадку має такий вигляд:

$$НП(O_d) = (\zeta(O_0 + O_d) - c) \times O_d - k \times O_d \times H, \quad (5)$$

де  $НП(O_d)$  – величина операційного надприбутку підприємства як функція від натурального обсягу реалізації ним певного виду продукції, грн;  $O_d$  – натуральний обсяг реалізації досліджуваним підприємством певного виду продукції за деякий проміжок часу (наприклад, за рік);  $\zeta(O)$  – ціна одиниці даного виду продукції як функція сукупного натурального обсягу її реалізації усіма підприємствами галузі  $O$ , грн.;  $O_0$  – сукупний натуральний обсяг реалізації усіма підприємствами галузі, окрім досліджуваного, певного виду продукції за даний проміжок часу;  $c$  – собівартість одиниці цього виду продукції у досліджуваного підприємства, грн;  $k$  – питома капіталомісткість цього виду продукції у досліджуваного підприємства, грн.

З формули (5), величина операційного надприбутку підприємства формується під впливом двох основних груп чинників, а саме:

1) зовнішніх, що включають характеристики попиту на відповідну продукцію (які відображаються у параметрах функції  $\zeta(O)$ ) та обсяги виробничих

та збутових можливостей підприємств-конкурентів, які визначають величину  $O_0$ :

2) внутрішніх, що містять економічні характеристики застосовуваного досліджуваним підприємством технологічного способу виготовлення певного виду продукції: її питомі собівартість та капіталомісткість.

Необхідно відмітити, що за переважною більшістю видів промислової продукції існує декілька альтернативних варіантів її виготовлення, що відрізняються показниками якості, собівартості одиниці та питомої капіталомісткості. У свою чергу, рівень якості продукції відображається в параметрах залежності між ціною та сукупним обсягом реалізації.

Припустимо, що  $C_1(O)$  являє собою залежність між сукупним натуральним обсягом виготовлення того різновиду даної продукції, який характеризується найнижчим рівнем її споживчих властивостей, та ціною одиниці відповідного різновиду цієї продукції. Очевидно, що за продукцію з вищим рівнем її якості споживачі погодяться заплатити вищу ціну, тобто повинна виконуватися нерівність

$$C_1(O) < C_i(O), \quad (6)$$

де  $C_i(O)$  – ціна  $i$ -того різновиду даної продукції як функція від сукупного натурального обсягу її реалізації усіма підприємствами галузі ( $i > 1$ ), грн.

У подальшому будемо вважати, що зростання індексу  $i$  відповідає зростанню рівня споживчих властивостей певних різновидів даної продукції.

Таким чином, за даного сукупного натурального обсягу виготовлення певної продукції  $O$  її покупці погодяться заплатити за одиницю  $i$ -того різновиду цієї продукції ціну  $C_i(O)$ . При цьому ціна не буде залежати від того, скільки у цих  $O$  одиниць продукції міститься одиниць різних її різновидів, а визначатиметься лише сумарною кількістю цих одиниць за усіма різновидами продукції, що реалізуються.

Враховуючи викладене, потрібно відмітити, що оцінювання конкурентного потенціалу підприємства за певним видом його продукції на засадах визначення величини надприбутку від її реалізації потребує одночасного визначення найкращого технологічного способу виготовлення підприємством певної продукції та встановлення оптимального натурального обсягу її виробництва та реалізації. З цією метою потрібно володіти інформацією про специфікацію та параметри функцій  $C_i(O)$  для кожного  $i$ . Зокрема, якщо відомою є залежність  $C_1(O)$ , для знаходження усіх інших залежностей  $C_i(O)$  (для  $i > 1$ ) необхідно для кожних  $i$  та  $O$  встановити очікувану різницю між  $C_i(O)$  та  $C_1(O)$ . Величина цієї різниці визначатиметься формою трансформації функції  $C_1(O)$  при переході до  $i$ -того різновиду даної продукції. Форми таких трансформацій залежатимуть від конкретних уподобань покупців відповідної продукції, однак можна виокремити два найпростіших способи зміни функції  $C_1(O)$  при переході до різновиду даної продукції з вищим рівнем якості, а саме – коли за будь-якого фактичного сукупного натурального обсягу виробництва та реалізації продукції покупці погоджуються на збільшення ціни на неї:

1) на певну постійну її величину, якщо рівень якості цієї продукції збільшується. Інакше кажучи, ціна одиниці  $i$ -того виду продукції за таких умов буде визначатися за формулою:

$$C_i(O) = C_i(O) + \Delta C_i, \quad (7)$$

де  $\Delta C_i$  – приріст ціни одиниці даної продукції при переході від різновиду з найнижчим рівнем її якості до  $i$ -того її різновиду, грн;

2) на певний постійний відсоток, якщо рівень якості цієї продукції збільшується. Інакше кажучи, ціна одиниці  $i$ -того виду продукції за таких умов буде визначатися за формулою:

$$C_i(O) = C_i(O) \times I_i, \quad (8)$$

де  $I_i$  – темп зростання ціни одиниці даної продукції при переході від різновиду з найнижчим рівнем її якості до  $i$ -того її різновиду, разів.

За таких умов для двох наведених вище випадків зміни функції  $C_i(O)$  величина надприбутку підприємства буде описуватися такими виразами:

$$НП(O_d, i) = (C_i(O_0 + O_d) + \Delta C_i - c_i) \times O_d - \kappa_i \times O_d \times H; \quad (9)$$

$$НП'(O_d, i) = (C_i(O_0 + O_d) \times I_i - c_i) \times O_d - \kappa_i \times O_d \times H, \quad (10)$$

де  $НП(O_d, i)$ ,  $НП'(O_d, i)$  – величина надприбутку підприємства як функція від натурального обсягу її реалізації цим підприємством та обраного варіанту технології її виробництва відповідно у випадку, коли за будь-якого фактичного сукупного натурального обсягу виробництва та реалізації продукції покупці погоджуються на збільшення ціни на певну постійну її величину, якщо рівень якості цієї продукції збільшується, та коли покупці погоджуються на збільшення ціни на неї на певний постійний відсоток, грн;  $c_i$  – собівартість одиниці  $i$ -того різновиду даної продукції, грн;  $\kappa_i$  – питома капіталомісткість  $i$ -того різновиду даної продукції, грн.

Слід відзначити, що залежність між ціною одиниці продукції та сукупним натуральним обсягом її реалізації з припустимим ступенем точності можна описати лінійною функцією. Тоді вирази (9) та (10) набудуть такого вигляду:

$$НП_n(O_d, i) = (a - b \times (O_0 + O_d) + \Delta C_i - c_i) \times O_d - \kappa_i \times O_d \times H; \quad (11)$$

$$НП'_n(O_d, i) = ((a - b \times (O_0 + O_d)) \times I_i - c_i) \times O_d - \kappa_i \times O_d \times H, \quad (12)$$

де  $НП_n(O_d, i)$ ,  $НП'_n(O_d, i)$  – величина надприбутку підприємства, що відповідає двом переліченим вище випадкам реакції покупців продукції на підвищення рівня її споживчих властивостей у разі, коли залежність між ціною одиниці продукції та сукупним натуральним обсягом її реалізації описується лінійною функцією, грн;  $a$ ,  $b$  – параметри лінійної залежності між ціною одиниці продукції та сукупним натуральним обсягом її реалізації.

Узявши похідні функцій (11) та (12) за  $O_d$  та прирівнявши отримані аналітичні вирази до нуля, після низки перетворень остаточно отримуємо:

$$O_{d\text{юпт}} = \frac{a - b \times O_0 + \Delta C_i - c_i - \kappa_i \times H}{2 \times b}; \quad (13)$$

$$O'_{\text{діопт}} = \frac{a - b \times O_0 - \frac{c_i + \kappa_i \times H}{I_i}}{2 \times b}, \quad (14)$$

де  $O_{\text{діопт}}$  – оптимальні натуральні обсяги виготовлення підприємством  $i$ -того різновиду продукції у випадку, коли за будь-якого фактичного сукупного натурального обсягу виробництва та реалізації продукції покупці погоджуються на збільшення ціни на неї на певну постійну її величину, якщо рівень якості цієї продукції збільшується;  $O'_{\text{діопт}}$  – оптимальні натуральні обсяги виготовлення підприємством  $i$ -того різновиду продукції у випадку, коли за будь-якого фактичного сукупного натурального обсягу виробництва та реалізації продукції покупці погоджуються на збільшення ціни на неї на певний постійний відсоток, якщо рівень якості цієї продукції збільшується.

Підставивши формулу (13) у вираз (11), а формулу (14) – у вираз (12), отримуємо:

$$НП_{\text{макс}} = \frac{(a - b \times O_0 + \Delta C_i - c_i - \kappa_i \times H)^2}{4 \times b}; \quad (15)$$

$$НП'_{\text{макс}} = \frac{(a \times I_i - b \times O_0 \times I_i - c_i - \kappa_i \times H)^2}{4 \times b \times I_i}, \quad (16)$$

де  $НП_{\text{макс}}$ ;  $НП'_{\text{макс}}$  – максимально можлива величина надприбутку підприємства, що відповідає двом переліченим вище випадкам реакції покупців продукції на підвищення рівня її споживчих властивостей у разі, коли залежність між ціною одиниці продукції та сукупним натуральним обсягом її реалізації описується лінійною функцією, грн.

Як впливає з формул (15) та (16), питання вибору найкращого різновиду певної продукції (та, відповідно, найкращої технології її виготовлення) у розглянутих випадках може вирішуватися автономно відносно завдання знаходження оптимальних натуральних обсягів виробництва. Інакше кажучи, для вирішення завдання вибору найкращого різновиду продукції не потрібно обчислювати оптимальні фізичні обсяги її виготовлення.

Необхідно відзначити, що описаний вище підхід до оцінювання конкурентного потенціалу підприємства за певним видом його продукції стосується випадку, коли дане підприємство цю продукцію на даний момент часу ще не виготовляє. Якщо ж підприємство вже здійснює виготовлення певного різновиду продукції, яка розглядається, то оцінювання його конкурентного потенціалу передбачає вирішення також наступних двох завдань: встановлення можливостей розширення виробництва даної продукції (в деяких випадках – скорочення її обсягів, якщо внаслідок цього відбудеться зростання величини операційного прибутку господарюючого суб'єкта за рахунок зростання цін на неї) та обґрунтування можливостей переходу досліджуваного підприємства від виготовлення існуючого різновиду продукції до виробництва більш досконалого її різновиду.

Враховуючи викладене вище, послідовність оцінювання конкурентного потенціалу підприємства за певним видом його продукції повинна включати такі основні етапи дій:

1. Збір вхідної інформації, необхідної для оцінювання конкурентного потенціалу підприємства.

2. Вибір оптимального різновиду виготовлення певної продукції з декількох варіантів, що відрізняються собівартістю її одиниці, питомою капіталомісткістю та рівнем якості.

3. Визначення оптимального натурального обсягу виробництва підприємством найкращого різновиду продукції.

4. Обґрунтування доцільності заміщення існуючого на підприємстві різновиду продукції на найкращий її різновид (у випадку, якщо досліджуване підприємство на даний час не виготовляє саме найкращий різновид даної продукції). З метою такого обґрунтування необхідно зіставити очікуваний приріст операційного прибутку підприємства внаслідок проведеного заміщення різновидів даної продукції із додатковими інвестиціями, потрібними для цього, і порівняти отриманий результат із нормою прибутковості інвестицій.

5. Обчислення очікуваного (максимально можливого) надприбутку, який отримає досліджуване підприємство від реалізації даного виду його продукції.

6. Зіставлення очікуваного надприбутку, який отримає досліджуване підприємство від реалізації даного виду його продукції, із загальним очікуваним надприбутком усіх підприємств галузі у частині даного виду продукції.

**Висновки.** У процесі оцінювання конкурентного потенціалу промислових підприємств постає завдання визначення оптимальної частки ринків збуту продукції. З цією метою фахівці економічних підрозділів підприємств можуть використати запропоновані у статті показники оцінювання конкурентного потенціалу промислового підприємства за окремими видами продукції на засадах визначення максимально можливої величини надприбутку від її реалізації шляхом встановлення оптимального натурального обсягу та вибору найкращої технології виробництва.

Подальші дослідження з моделювання показників оцінювання конкурентного потенціалу промислового підприємства потребують розробки методичних підходів до прогнозування конкурентних можливостей у довгостроковому періоді.

1. *Аренков И.А.* Конкурентный потенциал предприятия: модель и стратегии развития // Проблемы современной экономики.— 2011.— №4. — С. 40–43.

2. *Ахматова М., Попов Е.* Теоретические модели конкурентоспособности // Маркетинг.— 2003.— №4. — С. 25–38.

3. *Барабась Д.О.* Конкурентний потенціал і конкурентоспроможність підприємства: суть, співвідношення та етапи оцінювання // Маркетинг: теорія і практика: Матеріали V міжнар. науково-практичної конференції (25–26 травня 2001 р.). — К.: КНЕУ, 2001. — С. 19–20.

4. *Воронкова А.Э.* Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация. — Луганськ: Восточноукр. нац. ун-т им. В. Даля, 2004. — 320 с.

5. *Гнатушенко В.В.* Управління конкурентним потенціалом підприємств: Автореф. дис... докт. екон. наук: 08.06.01 / Донец. нац. ун-т. — Донецьк, 2006. — 38 с.

6. *Иванов Ю.Б.* Конкурентоспособность предприятия в условиях формирования рыночной экономики: Монография. — Х.: ХГЕУ, 1997. — 246 с.

7. *Карачина Н.П.* Конкурентний потенціал та його роль у формуванні конкурентоспроможності підприємства // Економічний простір.— 2014.— №86. — С. 164–172.

8. *Касич А.О., Назарова М.В., Клімович Т.А.* Інноваційна продукція як основа підвищення конкурентоспроможності підприємств України // Держава та регіони.— 2008.— №2. — С. 66–69.



9. *Кирчата І.М.* Оцінка конкурентного потенціалу в системі управління конкурентоспроможністю підприємства: Автореф. дис... канд. екон. наук: 08.00.04 / Приазов. держ. техн. ун-т. – Маріуполь, 2007. – 20 с.

10. *Ковальчук С.В.* Інноваційні підходи до маркетингового оцінювання конкурентного потенціалу підприємства // Соціально-економічний розвиток регіонів в контексті міжнародної інтеграції. – 2013. – №12, Ч. 1. – С. 75–81.

11. *Сімонова В.С.* Підходи до визначення поняття «конкурентний потенціал» та його роль у формуванні конкурентоспроможності підприємства // Формування ринкових відносин в Україні. – 2011. – №6. – С. 194–195.

Стаття надійшла до редакції 21.10.2015.