

Рак Ю.А.,
кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри
економічної теорії та конкурентної політики,
Київський національний торговельно-економічний університет

КОНКУРЕНЦІЯ ЯК ЧИННИК ВИРОБНИЦТВА КОНСАЛТИНГОВИХ ПОСЛУГ¹

Рак Ю.А. Конкуренція як чинник виробництва консалтингових послуг. Стаття присвячена вивченню проблеми аналізу конкурентного середовища на ринку. Об'єктом дослідження вибрано ринок консалтингових послуг України, який є класичним прикладом ринку монополістичної конкуренції. У статті проведено аналіз впливу факторів на динаміку показників рівня розвитку конкуренції, виявлено основні тенденції на ринку, досліджено умови функціонування консалтингових компаній. Автором зроблено спробу розглянути конкуренцію як один з чинників виробництва. З цією метою побудовано економіко-математичну модель, в якій агрегований показник конкуренції враховано як одну зі змінних у виробничій функції. На основі результатів перевірки моделі та її апробації було зроблено висновки щодо наявності позитивного впливу конкуренції на приріст обсягів реалізації на ринку консалтингових послуг України.

Ключові слова: конкуренція, виробнича функція, моделювання, факторний аналіз, ринок консалтингових послуг.

Рак Ю.А. Конкуренция как фактор производства консалтинговых услуг. Статья посвящена изучению проблемы анализа конкурентной среды на рынке. Объектом исследования выбран рынок консалтинговых услуг Украины, который является классическим примером рынка монополистической конкуренции. В статье проведен анализ влияния факторов на динамику показателей уровня развития конкуренции, выявлены основные тенденции на рынке, исследованы условия функционирования консалтинговых компаний. Автором предпринята попытка рассмотреть конкуренцию как один из факторов производства. С этой целью построена экономико-математическая модель, в которой агрегированный показатель конкуренции учтен как одна из переменных производственной функции. На основе результатов проверки модели и ее апробации были сделаны выводы по поводу наличия положительного влияния конкуренции на прирост объемов реализации на рынке консалтинговых услуг Украины.

Ключевые слова: конкуренция, производственная функция, моделирование, факторный анализ, рынок консалтинговых услуг.

Rak Yu.A. Competition as a factor of consulting services' production. The article is devoted to the study of the problem of the analysis of the market competitive environment. The market of consulting services of Ukraine is chosen as a research object. This is a classic example of the market of monopolistic competition. In the article were analyzed factors influence on the indicators' dynamics of the level of competition development, revealed the main trends on the market, and researched the conditions of consulting companies' operation. The author attempts to consider competition as one of the factors of production. For this purpose, an economic-mathematical model was constructed. There was taken into account the aggregate indicator of competition as one of the production function's variables. Based on the results of model testing and its approbation, there were drawn conclusions about the positive impact of competition on the growth of sales volumes on the Ukrainian consulting services market.

Key words: competition, production function, modeling, factor analysis, consulting services market.

Постановка проблеми. З одного боку, конкуренція є мотиватором для бізнесу, чинником, що стимулює виробничу діяльність, але з іншого боку, значний приріст учасників ринку відкриває можливості для зловживань. Ця проблема актуалізується для ринків монополістичної конкуренції, до яких, власне, і відноситься ринок консалтингових послуг України. Модель монополістичної конкуренції є найбільш поширеною і особливо характерна для сфери послуг [1]. На таких ринках існує незначна можливість для окремої фірми контролювати ціну; виробники пропонують схожу, але не ідентичну диференційовану продукцію, яка відрізняється

якістю, оформленням, престижністю, умовами постпродажного обслуговування, географічним розташуванням до покупців, інтенсивністю реклами тощо.

Оскільки консалтингові послуги є різновидом довірчих благ, які характеризується проблемністю виміру їх якості, методи недобросовісної конкуренції перш за все будуть спрямовуватися на введення споживача в оману. Довіра споживача, безсумнівно, відіграє вагомую роль для розвитку ринку. Адже чим менше споживач відчуватиме позитивний ефект від застосування консалтингових послуг, тим менше користуватиметься ними в майбутньому. Для досліджуваного ринку характерним є те, що між купівлею послуги та відчуттю ефекту від її застосування може пройти суттєвий проміжок часу (інколи більше року). Така ситуація

¹ Публікація містить результати досліджень, проведених за грантом Президента України за конкурсним проектом (Ф70) Державного фонду фундаментальних досліджень.

створює умови для надання низькоякісних послуг від фірм, які існуватимуть на ринку недовго і націлені на одержання швидкого прибутку в короткий термін. При цьому подібна недобросовісна діяльність негативно впливає на весь ринок, адже втрачену довіру споживачів повернути дуже складно, а частина з них шукатиме адекватні заміники консалтингової послуги.

Формування ефективного конкурентного середовища є однією з найважливіших умов не лише оптимального задоволення потреб споживача, але й підвищення ролі та значення консалтингу для національної економіки. Виникає питання про те, наскільки позитивним є вплив конкуренції на розвиток ринку, чи виступає вона в ролі стимулюючого чинника виробництва консалтингових послуг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проведене дослідження було б неможливим без напрацювань таких відомих дослідників, як А. Маршал, А. Пігу, М. Портер, Д. Рікардо, А. Сміт, Дж. Стіглер; а також праць таких вітчизняних вчених, як А. Герасименко, О. Гриценко, В. Лагутіна, В. Тимошенко, Ю. Уманців. Управлінське консультування як важливу сферу економічного життя вивчали, зокрема, Дж. Бейн, Е. Бейч, М. Кубр, Л.Д. Майстр, К. Макхем. Ринок консалтингових послуг України розглядали в своїх працях В. Верба, В. Давиденко, Т. Маляренко, О. Марченко, А. Павлуцький, Т. Решетняк, О. Рогальський, А. Тривайло, О. Трофімова, М. Шарко та інші вчені. Проте, недостатньо дослідженим залишається питання характеру впливу конкуренції на розвиток ринку консалтингових послуг. Нами буде зроблено спробу аналізу конкуренції як чинника виробництва на ринку консалтингових послуг України.

Формулювання цілей статті. Мета статті полягає в дослідженні чинників, які визначають динаміку показників рівня розвитку ринкової конкуренції, та виявленні впливу конкуренції на приріст обсягів виробництва та реалізації консалтингових послуг в Україні.

Виклад основного матеріалу. Розвиток конкуренції на ринку консалтингових послуг, на нашу думку, доцільно досліджувати протягом останніх 20 років. Такий проміжок часу вибрано з огляду на те, що умови для розвитку ринку консалтингових послуг, такі як, зокрема, поява приватного сектору, перехід до ринкової економіки, демонополізація економіки, були створені в Україні фактично у другій половині 90-х років. Серед факторів, що головним чином впливають на розвиток конкуренції, можна виділити такі, як, зокрема, обсяг реалізованих консалтингових послуг; загальна кількість населення; загальна зайнятість населення; кількість зайнятих у сфері надання консалтингових послуг; кількість випускників ВНЗ III–IV рівнів акредитації, (млн. ос.); обсяг наукових досліджень; обсяг інвестицій на ринку консалтингових послуг; обсяг ВВП; рівень доходів населення; рівень інфляції; кількість продавців на ринку. Таблиця 1 ілюструє динаміку вибраних нами факторів, що визначають розвиток конкуренції на ринку консалтингових послуг України.

Позначимо Q обсяги реалізації консалтингових послуг в Україні (тис. грн.). Виокремимо фактори, які, на нашу думку, впливають на розвиток конкуренції на ринку консалтингових послуг України: A – загальна кількість населення, млн. ос.; B – кількість зайнятих у сфері надання консалтингових послуг, млн. ос.;

J – кількість випускників ВНЗ III–IV рівнів акредитації, млн. ос.; N – обсяг наукових досліджень, млн. грн.; I – інвестиції в основний капітал, млн. грн.; W – ВВП у розрахунку на одну особу, млн. грн.; I_n – індекс інфляції по відношенню до попереднього року, %.

Дослідження динаміки факторів дає змогу зробити певні висновки. Як бачимо, в період 1996–2016 років відбувається хвилеподібна зміна індексу інфляції. Спостерігається поступове зменшення кількості населення, а у 2017 році (станом на жовтень) кількість населення продовжувала зменшуватись, смертність все ще перевищувала народжуваність, існував від'ємний природний приріст населення [9]. Такі чинники, як ВВП в розрахунку на одну особу та інвестиції в основний капітал, зазнали значного впливу кризи. Зниження загальних макроекономічних показників в період дестабілізації економіки України негативно позначилося на обсягах ВВП. Приток інвестицій знизився внаслідок того, що з настанням кризи зросли ризики неповернення вкладених коштів, що змусило багатьох інвесторів зменшити обсяги капіталовкладень або відмовитися від інвестування взагалі.

Використавши інструменти статистичного пакета Statistica 6.1, ми побудували лінійні моделі залежності між наведеними чинниками та показниками рівня розвитку ринкової конкуренції, такими як індекс Херфіндаля-Хіршмана (ННІ), індекс Джині (G), індекс обсягів виробництва (IQ), індекс Лернера (L), дисперсія (σ) та агрегований індекс розвитку конкуренції (АСІ) [3–8]. Дослідивши зв'язок між заданими залежними та незалежними змінними, ми отримали низку рівнянь. Результати наведені в табл. 2.

Таблиця 2 характеризує результати дослідження моделей на адекватність. Як бачимо, для всіх рівнянь характерним є високий ступінь зв'язку залежної та незалежних змінних і низька середньоквадратична помилка, що свідчить про наявний вплив факторів на відповідні об'єкти дослідження. З дослідження можна зробити висновок, що кількість населення значним чином впливає на конкуренцію на ринку. Так, зі зростанням цього фактору всього на 1% індекс Херфіндаля-Хіршмана знизиться на 27%, індекс Джині – на 21%, показник дисперсії – на 66%, тобто позитивна демографічна динаміка сприяє розвитку конкуренції на ринку. З огляду на проведений аналіз обсяг наукових досліджень характеризує індекс Херфіндаля-Хіршмана (фактор надає близько 10% інформації про об'єкт дослідження), індекс зміни обсягу випуску (29,2%) та індекс Лернера (близько 2%), причому зростання зазначеного фактору призводить до незначного зниження рівня конкуренції в галузі (при зростанні чинника на 1% індекс Херфіндаля-Хіршмана зростає на 2%). Побудовані моделі демонструють, що найбільший вплив на розподіл ринкових часток спостерігається з боку таких факторів: кількість зайнятих у сфері надання консалтингових послуг, обсяг наукових досліджень та інфляція. Інакше кажучи, приріст працюючих в консалтингових компаніях збільшує імовірність зростання продуктивності праці та підвищення кількості кваліфікованих кадрів. Приріст обсягів наукових досліджень створює потенційну можливість для консалтингових компаній використати наукові доробки у власній практичній діяльності. Інфляція ж як об'єктивне економічне явище дає змогу одним компаніям обійти інших у конкурентній боротьбі. Фактично перерахо-

Таблиця 1

Фактори впливу на розвиток конкуренції на ринку консалтингових компаній України

Роки	Обсяги реалізації консалтингових послуг в Україні, млн. грн.	Загальна кількість, млн. осіб	Кількість зайнятих у сфері надання консалтингових послуг, млн. осіб	Кількість випускників ВНЗ III–IV рівнів акредитації, млн. осіб	Обсяг наукових досліджень, млн. грн.	Інвестиції в основний капітал, млн. грн.	ВВП у розрахунку на одну особу, млн. грн.	Індекс інфляції, %
	Q	A	B	J	N	I	W	In
1996	8,17	50,87	0,0001	0,15	1 111,70	78,12	0,002	139,70
1997	45,57	50,40	0,0003	0,16	1 263,40	12 401,01	0,002	110,10
1998	74,74	49,97	0,0005	0,19	1 269,00	13 958,21	0,002	120,00
1999	253,35	49,54	0,0009	0,21	1 578,20	17 552,00	0,003	119,20
2000	989,67	49,12	0,0012	0,24	1 978,40	23 629,10	0,003	125,80
2001	1 497,55	48,66	0,0013	0,27	2 275,00	32 573,11	0,004	106,10
2002	2 183,53	48,24	0,0014	0,31	2 496,80	37 178,24	0,005	99,40
2003	2 531,52	47,82	0,0015	0,36	3 319,80	51 011,28	0,006	108,20
2004	2 995,86	47,44	0,0016	0,42	4 112,40	75 714,31	0,007	112,30
2005	3 056,42	47,10	0,0017	0,32	4 818,60	93 096,08	0,009	110,30
2006	3 568,22	46,75	0,0019	0,37	5 354,60	125 254,01	0,012	111,60
2007	3 791,34	46,47	0,0021	0,41	6 700,70	188 486,20	0,015	116,60
2008	7 997,72	46,19	0,0024	0,47	8 538,90	233 081,62	0,020	122,30
2009	8 442,51	45,96	0,0022	0,51	8 653,70	151 777,60	0,020	112,30
2010	10 131,02	45,78	0,0024	0,53	9 867,10	135 430,00	0,024	109,10
2011	12 496,55	45,60	0,0023	0,54	10 349,90	259 932,30	0,028	108,00
2012	14 356,78	45,45	0,0023	0,53	11 252,70	293 691,90	0,031	100,60
2013	13 987,34	45,55	0,0025	0,52	12,34	242 648,20	0,032	99,70
2014	14 685,25	45,43	0,0022	0,50	14,26	212 645,30	0,035	112,10
2015	15 677,22	42,93	0,0021	0,50	14,57	279 686,60	0,044	148,70
2016	15 983,88	42,76	0,0021	0,50	15,02	310 298,10	0,052	113,90

Джерело: побудовано автором на основі зведення даних [9; 10]

Таблиця 2

Основні результати оцінки досліджуваних моделей

Показник	S	R ²	Незалежні змінні, що були виключені з рівняння внаслідок своєї незначущості	Найбільш впливові незалежні змінні
HHI	0,47	0,96	B, J, W	Q, A, N, I, In
G	0,006	0,98	Q, J, W, I	A, B, N, In
IQ	0,38	0,96	Q, J	A, B, N, I, W, In
L	0,003	0,97	A, In	Q, B, J, N, I, W
σ	0,06	0,95	Q, J, I, W	A, B, N, In
ACI ²	0,07	0,89	A, In, N	Q, B, J, I, W

Джерело: побудовано автором за допомогою пакета Statistica 6.1

вані фактори створюють передумови для виникнення конкурентних переваг, отже, сприяють нерівномірності розподілу ринкових часток.

Аналізуючи моделі, що описують індекс Лернера та індекс виробництва, тобто монопольну владу і можливість одержання монопольного прибутку, бачимо, що найбільший вплив на рівень ринкової конкуренції чинять такі фактори: динаміка обсягів реалізації, інвестиції в основний капітал та ВВП у розрахунку на одну особу. Більша ринкова частка підвищує рівень ринкової влади у фірми. Інвестиції в основний капітал сприяють підвищенню попиту на консалтингові послуги, отже, впливають на приріст обсягів ринку та ріст ринкових часток.

ВВП у розрахунку на одну особу фактично є показником добробуту: чим він вищий, тим більшою є потенційна потреба у споживанні консалтингових послуг.

Агрегований індекс розвитку конкуренції, відповідно до побудованої моделі, визначається такими чинниками, як обсяги виробництва консалтингових послуг, кількість зайнятих у сфері надання консалтингових послуг, інвестиції в основний капітал та ВВП у розрахунку на одну особу. Всі перераховані чинники знаходяться в оберненій залежності від результуючого показника. На ринку консалтингових послуг дрібні фірми все ще мають визначальний вплив на розвиток конкуренції та ринкових процесів загалом. Це пояс-

нюються перш за все їх значною кількістю та певною мірою тим, що кожна фірма (як фірма, що працює на ринку монополістичної конкуренції) має деяку монополістичну владу в межах встановлення умов реалізації власної унікальної продукції (консалтингові послуги або набору послуг). Нерівномірний розподіл ринкових часток відіграє ключову роль в динаміці ринкової конкуренції. При цьому перш за все завдяки кількості фірм на ринку консалтингових послуг України ринкове середовище залишається несприятливим для змов.

Наступним етапом нашого дослідження є вивчення впливу конкуренції на обсяги виробництва консалтингових послуг. Застосуємо факторний аналіз з метою глибшого дослідження обсягів виробництва продукції консалтингових компаній, використовуючи показник товарної продукції. Проаналізувавши обсяги виробництва на ринку консалтингових послуг, а також розглянувши основні показники конкуренції на ринку та зв'язки між ними, вважаємо, що доцільно дослідити взаємозв'язок між рівнем конкуренції на ринку та обсягами виробництва консалтингових послуг. З цією метою вважаємо за доцільне використати класичну виробничу функцію Кобба-Дугласа. Це дасть нам можливість побачити, які саме ресурси формують випуск продукції на ринку консалтингових послуг та як ринкова конкуренція впливає на обсяги виробництва. Праця і капітал – основні фактори класичної виробничої функції. Як показник праці в нашому дослідженні використовуємо кількість зайнятих у сфері надання консалтингових послуг, а як показник капіталу – інвестиції в основний капітал. Інвестиції були вибрані нами як фактор виробництва на ринку з таких причин. По-перше, згідно з даними компанії Міжнародна маркетингова група близько 0,2–0,8% загальних інвестицій щорічно йде на розвиток консалтингового бізнесу. По-друге, лівова частка інвестицій розподіляється на енергетику та промисловість, підприємства яких найчастіше стають клієнтами консалтингових компаній (рис. 1).

Як видно з рис. 1, лідируючі позиції належать галузям енергетики та нафтогазової промисловості. В цих галузях зосереджені гіганти сучасної промисловості, річні обороти яких є одними з найбільших в Україні. Близько 15% всіх клієнтів консалтингових компаній

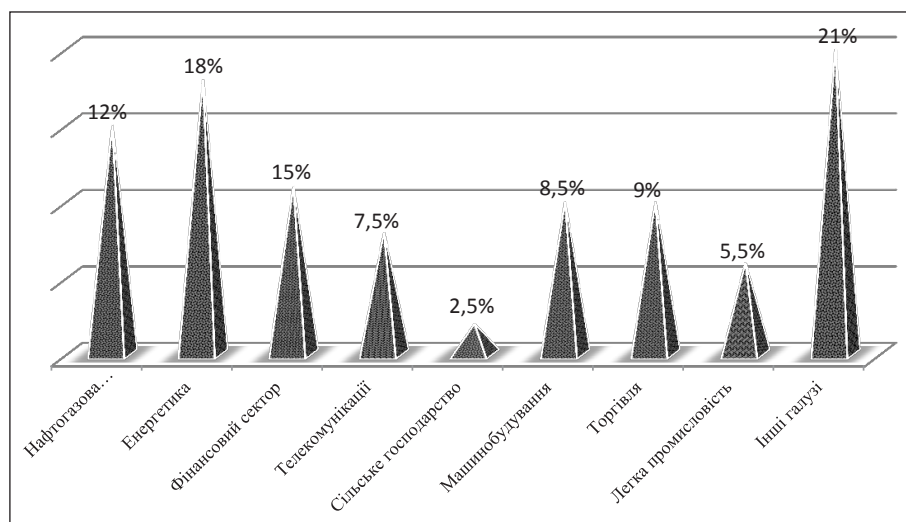


Рис. 1. Розподіл клієнтів консалтингових компаній за галузями економіки

Джерело: складено та розраховано автором на основі зведення даних [11]

складають підприємства фінансово сектору, і це здебільшого банки. Слід відзначити, що підприємства аграрного сектору (2,5%) практично не користуються послугами консалтингових компаній. На наш погляд, це пояснюється різними обсягами капіталовкладень, відмінною динамікою розвитку галузей тощо.

Наведене свідчить про можливість позитивного впливу інвестицій в основний капітал на процес виробництва консалтингових послуг. Конкуренцію прийнято вважати найбільш ефективною формою організації ринкових відносин. Встановлюючи наявність зв'язку між рівнем розвитку конкуренції та обсягами виробництва, розглядаємо конкуренцію як стимулюючу складову нарощування фірмами власних обсягів реалізації в процесі боротьби за більшу частку ринку. Таким чином, фактично досліджується вплив конкуренції на виробництво консалтингових послуг і висувається гіпотеза про наявність позитивного зв'язку між досліджуваними змінними.

Досліджуючи виробничу функцію, як показники, що характеризують рівень розвитку конкуренції, проаналізуємо індекс Херфіндаля-Хіршмана, дисперсію часток, індекс Лернера та індекс Джині; результати кореляційно-регресійного аналізу цих залежностей заносимо до табл. 3.

Проведене дослідження показало, що залежність між результуючою змінною та показниками найкраще описує функція такого вигляду: $y = e^{ax}$. Дані, наведені в табл. 3, свідчать про наявність опосередкованого впливу з боку перших трьох факторів, а також про існування зв'язку між залежною змінною та дисперсією часток, що дуже близький до лінійного. Найбільш інформативними є показник дисперсії та індекс Джині, а найменш корисним з погляду оцінки впливу конкуренції на обсяги виробництва на ринку консалтингових послуг є індекс Лернера. Таким чином, можна зробити висновок, що загалом ступінь зв'язку всіх показників з обсягами виробництва вище середнього.

З метою врахування кожного з вибраних індексів під час дослідження виробничої функції на ринку консалтингових послуг зведемо їх до єдиного показника. Для цього використаємо агрегований показник (АСІ) оцінки рівня розвитку конкуренції на ринку [3]. Таким чином,

скориставшись розглянутими вище методами економетричного моделювання, отримали так модель, що описує вплив конкуренції на процеси виробництва на ринку консалтингових послуг України:

$$\ln Q^3 = 1936 + 0,62N + 0,13ACI + 077 \ln B^{\frac{1}{3}} - 0,32 \ln In^{\frac{1}{3}} + U_{12},$$

де U_{12} – залишки моделі.

Дослідження моделі на адекватність дало такі результати: середньоквадратична помилка моделі становить $S = 46,49$, а коефіцієнт детермінації сягає 0,98. Це свідчить про високу тісноту зв'язку між досліджуваними змінними та наявність значного впливу з

Таблиця 3

**Порівняння результатів оцінки рівня конкуренції (на основі індексів)
на ринку консалтингових послуг на обсяги виробництва**

Показник	R^2	S	Інформаційна значимість показника	Вірогідність наявності економетричних проблем *
ННІ	0,55	0,88	0,89	-----
L	0,54	0,94	0,69	0,01%
G	0,71	0,81	16,9	-----
σ	0,84	0,61	29,8	-----

* Обчислено за допомогою комп'ютерної програми ModelExpert

Джерело: побудовано автором за допомогою пакета Statistica 6.1

Таблиця 4

Результати дослідження моделі на адекватність

R=,98758262 R2=,97531943						
	БЕТА	Стд. Ош.	В	Стд. Ош.	t(10)	p-уров.
Св. член			1 936,044	435,7890	4,44262	0,001249
В	0,770314	0,158620	668,478	137,6503	4,85635	0,000665
N	0,622637	0,078204	0,053	0,0067	7,96173	0,000012
I	-0,316335	0,145336	-123,621	56,7960	-2,17658	0,054560
АСІ	0,126111	0,055881	0,487	0,2157	2,25678	0,047628

Джерело: побудовано автором

боку факторів на результуючий показник. Вдалий вибір факторів моделі підтверджується відсутністю гетероскедастичності та автокореляції першого порядку, а також нульовою вірогідністю існування економетричних проблем. Одержана залежність свідчить про те, що агрегований індекс концентрації надає близько 30% інформації про процес виробництва консалтингових послуг, а за зростання конкуренції на 1%, значення результуючої змінної зростає на 19,1%, що фактично підтверджує нашу початкову гіпотезу про наявність позитивного впливу конкуренції на виробництво консалтингових послуг в Україні.

Висновки. Таким чином, проведені дослідження дали змогу виявити основні тенденції, характерні для ринку консалтингових послуг України на сучасному

етапі. Кількість населення суттєво впливає на конкуренцію на ринку. Приріст працюючих в консалтингових компаній збільшує ймовірність зростання продуктивності праці та підвищення кількості кваліфікованих кадрів. Приріст обсягів наукових досліджень створює потенційну можливість для консалтингових компаній використати наукові доробки у власній практичній діяльності. Нерівномірний розподіл ринкових часток відіграє ключову роль в динаміці ринкової конкуренції. При цьому перш за все завдяки кількості фірм на ринку консалтингових послуг України ринкове середовище залишається несприятливим для змов. За допомогою методів економіко-математичного моделювання встановлено, що конкуренція чинить позитивний вплив на розвиток ринку консалтингових послуг України.

Список використаних джерел:

1. Бородин М. Современные тенденции развития сферы услуг и перспективы формирования кластеров / М. Бородин // Проблемы современной экономики. – 2013. – № 1 (45). – С. 188–190.
2. Гриценко Е. Особенности конкуренции на рынке консалтинговых услуг Украины / Е. Гриценко, Ю. Рак // Современная конкуренция. – 2013. – № 1 (37). – С. 69–88.
3. Гриценко О. Оцінка рівня розвитку ринкової конкуренції / О. Гриценко, Ю. Рак // Конкуренція. Вісник Антимонопольного комітету України. – 2012. – № 1. – С. 29–36.
4. Рак Ю. Методика оцінки рівня розвитку конкуренції на основі кореляційно-регресійного аналізу (на прикладі ринку консалтингових послуг України) / Ю. Рак // Розвиток конкуренції в умовах глобалізації : тези всеукраїнської науково-практичної конференції. – Мукачево, 2013. – С. 56–63.
5. Рак Ю. Роль інституту довіри для розвитку конкуренції на ринку / Ю. Рак, І. Лазебна // Економічна політика в контексті міжнародного співробітництва : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (м. Дніпропетровськ, 22–23 серпня 2014 року). – Дніпропетровськ, 2014. – С. 82–85.
6. Bikker J.A Measures of Competition and Concentration in the Banking Industry: a Revue of the Literature / J.A. Bikker, K. Naaf // Economic and Financial Modeling. – Summer, 2002. – 46 p. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.researchgate.net/publication/4810038_Measures_of_competition_and_concentration_in_the_banking_industry_a_review_of_the_literature/file/60b7d52af2e658d68a.pdf.
7. Hannah L. Concentration in modern industry. Theory, measurement and UK experience / L. Hannah, J.A. Kay. – London, 1977. – P. 56–83.
8. Some notes on applying the Herfindahl-Hirschman index / [A. Matsumoto, U. Merlone, F. Szidarovszky] // Applied Economics Letters. – 2011. – P. 1–4. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www2.tamacc.chuo-u.ac.jp/keizaiken/discussno118.pdf>.
9. Дані Державної служби статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.ukrstat.gov.ua.
10. Огляди ринку консалтингових послуг [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.marketing.vc ; для доступу до інформ. ресурсів необхідна авторизація.
11. Інтернет-портал для управлінців [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.management.com.ua.