

ДОДАТОК А  
Копії публікацій

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ  
УНІВЕРСИТЕТ РАДІОЕЛЕКТРОНІКИ

МАТЕРІАЛИ  
XXIV МІЖНАРОДНОГО МОЛОДІЖНОГО ФОРУМУ

**«РАДІОЕЛЕКТРОНІКА ТА МОЛОДЬ  
У XXI СТОЛІТТІ»**

7 – 9 квітня 2020 р.

**КОНФЕРЕНЦІЯ  
«СУЧАСНІ МЕТОДИ ОБРОБКИ ЗОБРАЖЕНЬ»**

**КОНФЕРЕНЦІЯ  
«АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ  
ЕКОНОМІЧНОЇ КІБЕРНЕТИКИ  
ТА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ»**

**КОНФЕРЕНЦІЯ  
«УПРАВЛІННЯ ЗНАННЯМИ  
ТА КОНКУРЕНТНА РОЗВІДКА»**

Харків 2020

## ЗМІСТ

<b>СУЧАСНІ МЕТОДИ ОБРОБКИ ЗОБРАЖЕНЬ .....</b>	<b>3</b>
Математичні моделі і методи нормалізації та аналізу мультимедійних даних.....	5
Математичне і комп'ютерне моделювання складних систем.....	90
<b>АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІЧНОЇ КІБЕРНЕТИКИ ТА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ.....</b>	<b>129</b>
Економічна кібернетика.....	131
Управління фінансово-економічною безпекою.....	254
<b>УПРАВЛІННЯ ЗНАННЯМИ ТА КОНКУРЕНТНА РОЗВІДКА .....</b>	<b>265</b>
Алфавітний покажчик.....	324

## **КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ У СИСТЕМІ БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТУ**

Огородник В.А.

Науковий керівник – д.е.н., проф. Соколова Л.В.

Харківський національний університет радіоелектроніки  
(61166, Харків, просп. Науки, 14, каф. Економічної кібернетики та  
управління економічною безпекою, тел.: (057) 702-14-90)

e-mail: ogorodnik.vitaliy.mail@gmail.com

Currently, an active search is underway for strategic areas of innovative growth of both individual enterprises and national economies in general, which allow them to form, strengthen and realize their competitive advantages, and to take strong positions in the domestic and international markets. Competition in modern markets is increasingly becoming a competition for brands that are «fighting» for their market positions, for consumer commitment and profit. Markets are becoming more competitive, and therefore it is important to determine the competitive advantages of the enterprise, the degree of competitiveness and strength of the market position of the corporate brand, given its properties.

Сучасні ринки характеризуються високим рівнем конкуренції, динамічністю розвитку технологій, великою швидкістю появи нових товарів та послуг. Для забезпечення конкурентоспроможності на цільовому ринку підприємство повинно володіти унікальними конкурентними перевагами. Це так звані переваги стратегічного рівня [1]. Завдяки перевагам у наявних ресурсах чи перевагам, що забезпечують операційну ефективність, можна досягти лише тимчасового результату, але у сучасних турбо мінливих умовах зовнішнього середовища цього вже не достатньо.

Важливим напрямком формування конкурентних переваг є розробка ефективної стратегії випереджального розвитку, яка базуватиметься на унікальному позиціонуванні підприємства, орієнтації на унікальні види діяльності. Саме це дасть змогу забезпечити довгострокові конкурентні переваги [2].

Розглянемо загальносвітові передумови стратегії [3]. Відомо, що на рубежі століть відбувається перехід до постіндустріального, інформаційного суспільства, де найбільш важливими і дорогими ресурсами, крім інших, стають ноу-хау та інноваційний потенціал людини. Ті держави, підприємства, які володіють ними, отримують найбільш сприятливі передумови для розвитку своїх економік у ХХІ столітті. Будь-яка країна в умовах глобалізації та інтернаціоналізації економіки може вирішити проблеми «випереджаючого розвитку» лише за умови діалогу зі світовою спільнотою. Доцільно зауважити, що в українській економіці ще зберігаються певні можливості (природні ресурси, трудовий а інтелектуальний потенціали).

Сьогодні умовою реалізації стратегії випереджального розвитку підприємств є інноваційна спрямованість їхньої діяльності, забезпечення

конкурентних переваг на сегментах товарних ринків шляхом утримання та завоювання прихильності споживачів. Для цього підприємства мають орієнтуватися не тільки на функціональні потреби потенціальних споживачів, але й враховувати всі рівні потреб, тобто здійснювати цілеспрямовану систематизовану діяльність із задоволення як функціональних, так і емоційних, соціальних та психологічних потреб споживачів. Брендінг, який концентрується на формуванні довготривалих стосунків із споживачами, стає відповіддю на сучасні ринкові умови та інструментом забезпечення конкурентоспроможності підприємств. Формування бренду (портфеля брендів, як джерела забезпечення конкурентних переваг, є стандартом для успішних підприємств як зарубіжжя, так і України.

Без формування системи управління підприємства з орієнтацією на бренд неможливо забезпечити системне управління брендом та відповідно конкурентною позицією підприємства. Необхідним є механізм, який дозволить узгодити всю діяльність підприємства в напрямку створення та зміцнення бренду [5]. Серед основних характеристик конкурентної переваги у системі бренд-менеджменту можна виділити такі: відносність; прихильність до конкретних ринкових умов і причин; залежність від впливу багатьох різномірних неконтрольованих чинників.

Таким чином, конкурентні переваги – це наявність у підприємства певних ресурсів, властивостей, які роблять його більш конкурентоспроможним в порівнянні з іншими підприємствами, що функціонують або можуть функціонувати в тій самій сфері. Оскільки бренд – це стратегічний орієнтир діяльності підприємства, а не лише частина товарної або комунікативної політики, життєво важливим завданням є формування бренд-орієнтованого управління підприємством, що, у свою чергу, потребує розробки виваженого сучасного методичного забезпечення оцінювання конкурентоспроможності корпоративного бренду.

#### **Список використаних джерел:**

1. Портер М. Конкурентна перевага. Як досягти стабільно високих результатів / Пер. з англ. І. Ємельянова, І. Гнатковська. Наш Формат, 2019. 624 с.
2. Ілляшенко Н.С. Управління випереджаючим інноваційним розвитком промислових підприємств: монографія. Суми : Триторія, 2019. 504 с.
3. Стратегія випереджального розвитку: передумови і цільові установки. URL: <http://elbib.in.ua/strategiya-operejayuschego-razvitiya.html>. (дата звертання 27.02.2020).
4. Войчак А.В., Камишніков Р.В. Конкурентні переваги підприємства: сутність і класифікація. *Маркетинг в Україні*. 2005. № 2. С. 50–53.
5. Івашова Н.В. Формування бренд-орієнтованої системи управління промисловим підприємством. *Маркетинг і менеджмент інновацій*, 2012. № 4. С. 280–287.

Міністерство освіти і науки України  
 Національний технічний університет  
 «Харківський політехнічний інститут»  
 Мішкольцький університет (Угорщина)  
 Магдебурзький університет (Німеччина)  
 Петрошанський університет (Румунія)  
 Познанська політехніка (Польща)  
 Софійський університет (Болгарія)

Ministry of Education and Science of Ukraine  
 National Technical University  
 «Kharkiv Polytechnic Institute»  
 University of Miskolc (Hungary)  
 Magdeburg University (Germany)  
 Petrosani University (Romania)  
 Poznan Polytechnic University (Poland)  
 Sofia University (Bulgaria)

**ІНФОРМАЦІЙНІ  
 ТЕХНОЛОГІЇ:  
 НАУКА, ТЕХНІКА,  
 ТЕХНОЛОГІЯ, ОСВІТА,  
 ЗДОРОВ'Я**

Наукове видання

Тези доповідей  
**XXVIII МІЖНАРОДНОЇ  
 НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ  
 КОНФЕРЕНЦІЇ  
 MicroCAD-2020**

У п'яти частинах  
 Ч. III.

**Харків 2020**

**INFORMATION  
 TECHNOLOGIES:  
 SCIENCE, ENGINEERING,  
 TECHNOLOGY, EDUCATION,  
 HEALTH**

Scientific publication

Abstracts  
**XXVIII INTERNATIONAL  
 SCIENTIFIC-PRACTICAL  
 CONFERENCE  
 MicroCAD-2020**

In five parts  
 P. III.

**Kharkiv 2020**

**ББК 73**  
**I 57**  
**УДК 002**

**Голова конференції:** Сокол Є.І. (Україна).

**Співголови конференції:** Торма А. (Угорщина), Раду С. М. (Румунія), Стракелян Й. (Німеччина), Лодиговські Т., Шмідт Я. (Польща), Герджиков А. (Болгарія).

Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я: тези доповідей XXVIII міжнародної науково-практичної конференції MicroCAD-2020, 28-30 жовтня 2020 р.: у 5 ч. Ч. III. / за ред. проф. Сокола Є.І. – Харків: НТУ «ХПІ». – 351 с.

Подано тези доповідей науково-практичної конференції MicroCAD-2020 за теоретичними та практичними результатами наукових досліджень і розробок, які виконані викладачами вищої школи, науковими співробітниками, аспірантами, студентами, фахівцями різних організацій і підприємств.

Для викладачів, наукових працівників, аспірантів, студентів, фахівців.

Тези доповідей відтворені з авторських оригіналів.

ISSN 2222-2944

**ББК 73**  
© Національний технічний університет  
«Харківський політехнічний інститут»,  
2020

ISSN 2222-2944. Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я. 2020. Ч. III.

### **ЗМІСТ**

<b>Секція 14.</b> Економіка, менеджмент та міжнародний бізнес	4
<b>Секція 15.</b> Навколоземний космічний простір. Радіофізика і іоносфера	340

## **КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ – ЗАПОРУКА УСПІХУ РИНКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ**

**Соколова Л.В., Огородник В.А.**

*Харківський національний університет радіоелектроніки,  
м. Харків*

У теперішній час конкуренція товаровиробників характеризується динамізмом, масштабністю, гостротою, що вимагає від суб'єктів господарювання забезпечення ключових факторів успіху на ринку – довгострокових конкурентних переваг. Кожне підприємство прагне захопити лідерство в конкурентній боротьбі забезпечити собі конкурентну перевагу, яка виступає основою забезпечення конкурентоспроможності підприємства, а також складовою частиною конкурентоздатного потенціалу. Саме конкурентна перевага є заставою міцної конкурентної позиції підприємства й визначає характер його конкурентної стратегії [1, 2].

Для досягнення й утримання конкурентної переваги в плінні тривалого часу, недостатньо мати високою операційну ефективність, потрібна продумана стратегія розвитку своїх відмітних якостей і унікальних компетенцій. Конкурентна перевага являє собою відносну категорію, що проявляється в конкурентному середовищі, має стабільність і високий рівень адаптації до умов, що змінюються, і визначає можливості ефективного функціонування системи [2]. Вид конкурентної переваги визначає ринкові можливості підприємства й найбільш доцільні шляхи їх реалізації, що вона залежить в основному від факторів, що сформувалися в країні. На думку зарубіжного ученого М. Портера конкурентні переваги – це сукупність факторів, що визначають успіх або неуспіх підприємства в конкуренції; продуктивність використання ресурсів [3]. Аналіз різних підходів до пояснення природи конкурентоспроможності підприємства показав, що його конкурентна перевага на ринках збуту товарів залежить від наявності й ефективності використання ресурсів. У сьогоденних умовах VUCA-світу, економічно нестабільному бізнес-середовищі товаровиробників формування та підтримання конкурентних переваг є дуже важливим процесом, який потребує особливої уваги топ-менеджерів підприємств.

### **Література:**

1. Соколова Л. В. Понятійно-термінологічна система «Теорія конкуренції: конкурентність». *Problems of spatial development of socio-economic systems : economics, education, medicine*. Monograph. Opole : The Academy of Management and Administration in Opole, 2015. Р. 69-75.
2. Бондаренко С. М., Лісовський М. Ю. Конкурентні переваги – унікальні особливості сучасних підприємств. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2017. Вип. 15. Ч. 1. С. 42-45. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/21816> (дата звернення 11.03.2020).
3. Портер Майкл Э. Конкуренция. Москва. Вільямс. 2005. 608 с.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ РАДІОЕЛЕКТРОНІКИ

Кафедра економічної кібернетики та управління економічною безпекою

**СУЧАСНІ СТРАТЕГІЇ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ:  
НАУКА, ІННОВАЦІЇ ТА БІЗНЕС-ОСВІТА**

**I Міжнародна науково-практична конференція**

**3 листопада 2020 року**

Харків 2020

**УДК 330.341; 338.24; 005 (06)**  
**ББК 65; 65.050.2**  
**Я 431**

Сучасні стратегії економічного розвитку: наука, інновації та бізнес-освіта. Матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції (м. Харків, 3 листопада 2020 р.) / За заг. ред. Т. В. Полозової [та ін.]. Харків. ХНУРЕ. 2020. 380 с.

У збірнику містяться матеріали, що були подані на I Міжнародну науково-практичну конференцію «Сучасні стратегії економічного розвитку: наука, інновації та бізнес-освіта» (м. Харків, 3 листопада 2020 року).

Для науковців, викладачів, аспірантів, а також фахівців, що займаються дослідженням питань соціально-економічного розвитку та забезпечення економічної безпеки підприємств, галузей, регіонів та країни.

**УДК 330.341; 338.24; 005 (06)**  
**ББК 65; 65.050.2**  
**Я 431**

*Автори є цілком відповідальними за висловлені ідеї, висновки та пропозиції.  
Труди відтворюються безпосередньо з авторських оригіналів.  
У разі використання матеріалів збірника посилання на авторів і видання обов'язкове.  
Розповсюджувати та тиражувати без офіційного дозволу ХНУРЕ забороняється.*

© Кафедра економічної кібернетики та управління економічною безпекою, 2020  
© Харківський національний університет радіоелектроніки, 2020  
© Колектив авторів, 2020

<i>Соколова Л. В., Литвинова А. В.</i> <b>ОЦІНКА ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ</b> .....	315
<i>Соколова Л. В., Огородник В. А.</i> <b>КОНКУРЕНТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА</b> .....	319
<i>Соколова Л. В., Шапошник Б. В.</i> <b>ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ЩОДО ВИЗНАЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВ</b> .....	323
<i>Степаненко С. В., Гулюк О. І.</i> <b>ЕКОНОМІЧНА ПРИРОДА УПРАВЛІННЯ СТРАТЕГІЧНИМ ПОРТФЕЛЕМ БАНКУ</b> .....	326
<i>Степанова О. В.</i> <b>АЛГОРИТМ ОЦІНКИ І РАНЖУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ РЕГІОНІВ</b> .....	331
<i>Солодкий В. С.</i> <b>СИСТЕМА ПРАВОВОГО ЗАХИСТУ КОМЕРЦІЙНОЇ ТАЄМНИЦІ</b> .....	335
<i>Стороженко О. В., Овсієнко В. С.</i> <b>ВПЛИВ ІТ-ГАЛУЗИ НА ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ</b> .....	340
<i>Стороженко О. В., Ткаченко Є. Л.</i> <b>ПЕРСПЕКТИВИ ТА ЗАГРОЗИ РОЗВИТКУ РИНКОВОГО ІТ-СЕКТОРУ В УКРАЇНІ</b> .....	344
<i>Стороженко О. В., Худаєва С. А.</i> <b>ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ХІРУРГІЧНИХ МЕТОДІВ ЛІКУВАННЯ В УМОВАХ ПРИВАТНОЇ МЕДИЦИНИ</b> .....	347
<i>Стороженко О. В., Шашко О. В.</i> <b>УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА</b> .....	351
<i>Тохтаміш Н. І., Альхьярі Амер Махмуд Алі</i> <b>СИСТЕМА ПОКАЗНИКІВ ОЦІНКИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПРОЄКТІВ</b> .....	355
<i>Тулуш Л. Д., Зінчук Л. М.</i> <b>ПРОДУКТИВНІСТЬ ПРАЦІ: ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ ТА НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ</b> .....	360
<i>Якушенко К. В.</i> <b>СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ ПАНДЕМИИ COVID-19 НА РАЗВИТИЕ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА ИНТЕГРАЦИОННЫХ ОБЪЕДИНЕНИЙ</b> .....	367
<i>Яремчук І. В.</i> <b>ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ В МЕДИЧНИХ ЗАКЛАДАХ УКРАЇНИ</b> .....	371
<i>Мао Rong</i> <b>PROBLEMS AND COUNTERMEASURES OF STAFF MANAGEMENT IN SMALL AND MICRO ENTERPRISES IN CHINA UNDER THE NEW CROWN PNEUMONIA</b> .....	375

**Соколова Л. В.,**

*д.е.н., професор, професор кафедри економічної  
кібернетики та управління економічною безпекою,  
Харківський національний університет радіоелектроніки*

**Огородник В. А.,**

*студент,  
Харківський національний університет радіоелектроніки*

### **КОНКУРЕНТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Стан сучасної вітчизняної економіки характеризується посиленням конкурентної боротьби між підприємствами-товаровиробниками, успішна діяльність яких залежить від досягнення високого рівня конкурентоспроможності за умов ефективно побудованої системи управління їх конкурентним потенціалом. У ринкових умовах поняття «конкурентний потенціал» набуває великої актуальності, як одна з основоположних характеристик стійкості підприємства та його розвитку в перспективі [1].

Аналіз наукових здобутків учених свідчить про перехід від трактування потенціалу підприємства як сукупності певних його коштів до сприйняття потенціалу як можливості перетворення існуючих факторів успіху в майбутні [2]. Само поняття «потенціал» трансформується в більш актуальніше на сьогоднішній день поняття – конкурентний потенціал або бізнес-потенціал підприємства. Це обумовлено тим, що забезпечення ефективного функціонування та успішного розвитку промислових підприємств в сучасних умовах господарювання вимагає застосування відповідного підходу і методичного інструментарію до формування конкурентних стратегій, виявлення їх конкурентних переваг.

Під конкурентним потенціалом підприємства відповідно до рекомендацій науковця Бабиної О. Є. [3] маються на увазі внутрішні і зовнішні можливості

підприємства, які дозволяють йому провадити ефективну конкурентну боротьбу на ринку шляхом оптимального використання матеріальних і нематеріальних ресурсів. Автор роботи [4] Толпежніков Р. А. розглядає бізнес-потенціал як можливість носія потенціалу перетворювати фактори успіху в кінцевий результат – створення нового потенціалу і перетворення існуючих факторів успіху в чинники успіху майбутнього через реалізацію проактивних цілей. Вчені Аренков І. А., Саліхова Я. Ю., Гаврилова М. А. визначають конкурентний потенціал через конкурентні можливості, в основі яких лежать матеріальні і нематеріальні ресурси компанії [5]. У сучасному трактуванні потенціал підприємства розглядається як сукупність стратегічних ресурсів, що знаходяться в розпорядженні підприємства і мають визначальне значення для можливостей і меж функціонування підприємства в тих чи інших умовах. При цьому конкурентний потенціал підприємства являє собою системне утворення ресурсів, яке характеризується відповідними кількісними і якісними показниками (параметрами) і відображає можливості активного, динамічного саморозвитку в процесі цілеспрямованої діяльності в умовах швидко мінливого зовнішнього середовища» [6]. Система конкурентного потенціалу підприємства на думку авторів роботи [2] уявляє собою сукупність якісно визначених елементів, що виконують функцію забезпечення розвитку та конкурентоспроможності підприємства, між якими існує закономірний зв'язок або взаємодія.

Таким чином можна стверджувати, що конкурентний потенціал підприємства являє собою його внутрішні і зовнішні конкурентні можливості, які дозволяють підприємству на основі раціонального, оптимального використання сукупності ресурсів вести на ринку ефективну боротьбу з конкурентами шляхом формування своїх конкурентних переваг. При цьому конкурентна перевага підприємства є причиною, конкурентоспроможність підприємства – наслідком, а конкурентний потенціал підприємства утворює основу забезпечення перемоги в конкурентній боротьбі за переваги споживача.

Конкурентна перевага є активами підприємства, характеристиками товару або марки, а також специфічними формами організації бізнесу, які забезпечують підприємству певну перевагу над конкурентами. Воно завжди є відносним в порівнянні з підприємством, що займає найкращу позицію на ринку.

Конкурентний потенціал підприємства об'єднує одночасно три рівні зв'язків і відносин [7]: а) конкурентний потенціал відображає минуле (ресурси), тобто сукупність властивостей, накопичених системою в процесі її становлення, і таких, що зумовлюють можливість до її функціонування і розвитку; б) конкурентний потенціал характеризує рівень практичного вживання і використання наявних можливостей, що забезпечує розмежування реалізованих і нереалізованих можливостей («резерв»); 3) конкурентний потенціал орієнтується на розвиток у майбутньому. Будучи єдністю стійкого і змінного станів, конкурентний потенціал містить (як можливі) елементи майбутнього розвитку підприємства.

У сучасних нестабільних, мінливих умовах господарювання існує об'єктивна необхідність у якісному, компетентному стратегічному управлінні розвитком конкурентного потенціалу підприємства, тобто діяльністю, яка спрямована на забезпечення конкурентного становища підприємства на ринках збуту, становлення і розвиток ринкових відносин між підприємством і його бізнес-середовищем, формування відповідної організаційної структури управління.

Головними стратегіями управління конкурентним потенціалом підприємства можна розглядати концентрацію ресурсів суб'єкта господарювання для попередження дій конкурентів, утримування ініціативи в конкурентній боротьбі, забезпечення ресурсного потенціалу для досягнення поставлених цілей, розробку гнучкої системи планування діяльності підприємства на ринку шляхом обґрунтування ефективної стратегії взаємодії з конкурентами. Стратегічне управління конкурентним потенціалом підприємства, як процес розробки і реалізації портфеля його маркетингових

конкурентних стратегій, здійснюється для адекватного та своєчасного реагування топ-менеджерів підприємства на зміни в конкурентному середовищі з метою отримання довгострокових конкурентних переваг.

#### Перелік джерел посилання

1. Стахова М. В., Малик О. В. Конкурентний потенціал як основа формування конкурентоспроможності підприємства. *Глобальні та національні проблеми економіки*. Миколаївський національний університет імені В. О. Сухомлинського. 2017. Вип. 16. С. 468-473.
2. Соколова Л. В., Верясова А. Н., Соколов О. Е. Теоретико-методологический базис управления развитием конкурентного потенциала предприятия. *Економіка і Фінанси*. 2016. № 12. С. 125-133. URL: <http://openarchive.nure.ua/handle/document/6991>.
3. Бабина О. Є. Потенціал як системна економічна категорія. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. Харків : УДАЗТ, 2011. № 36. С. 23-26.
4. Толпежников Р. А. Генезис понятия потенциал предприятия и определение его сущности. *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності: збірник наукових праць: у 3-х т. / ЦДТУ*. Маріуполь, 2011. Т. 3. С. 125-130.
5. Аренков И. А., Салихова Я. Ю., Гаврилова М. А. Конкурентный потенциал предприятия: модель и стратегии развития. *Проблемы современной экономики*. 2011. № 4 (20). URL: [www.meconomy.ru/art.php?nArtId=3801](http://www.meconomy.ru/art.php?nArtId=3801).
6. Потенциал предприятия: понятие и оценка ... URL: [www.grandars.ru/college/.../potencial-predpriyatiya.html](http://www.grandars.ru/college/.../potencial-predpriyatiya.html).
7. Близнюк С. В., Остапенко А. В. Конкурентний потенціал підприємництва як категорія сучасних економічних досліджень. *Інвестиції: практика та досвід*. 2011. № 7. С. 40-42. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ipd\\_2011\\_7\\_13](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ipd_2011_7_13).

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ РАДІОЕЛЕКТРОНІКИ

Кафедра економічної кібернетики та управління економічною безпекою

**ЕКОНОМІЧНІ ТА БЕЗПЕКОВІ ВИКЛИКИ  
СУЧАСНОГО БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА**

**Колективна монографія**

Харків 2020

<i>Полозова Т. В., Куценко Ю. А.</i>	
<b>ПОНЯТТЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ В КОНТЕКСТІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА.....</b>	<b>265</b>
<i>Полозова Т. В., Обейд Лара Ходор</i>	
<b>СИСТЕМА ПОКАЗНИКІВ ОЦІНКИ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....</b>	<b>274</b>
<i>Полозова Т. В., Самков В. В.</i>	
<b>ОЦІНКА ФІНАНСОВИХ ІНВЕСТИЦІЙ В ОБЛІКУ ЯК УМОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВИСОКОЇ ЯКОСТІ ОБЛІКОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ.....</b>	<b>282</b>
<i>Пономарьов С. В.</i>	
<b>ПОКАЗНИКИ ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ ПІДПРИЄМСТВАМИ ЖИТЛОВО-КОМУНАЛЬНОЇ СФЕРИ.....</b>	<b>293</b>
<i>Соколова Л. В., Верясова Г. М.</i>	
<b>ВНУТРІШНЬОФІРМОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ – ВАЖЛИВА СКЛАДОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА.....</b>	<b>301</b>
<i>Соколова Л. В., Зінченко М. Е.</i>	
<b>СПОЖИВЧІ ПЕРЕВАГИ ЯК ОБ’ЄКТ НЕЙРОМАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ.....</b>	<b>315</b>
<i>Соколова Л. В., Огородник В. А.</i>	
<b>КОНКУРЕНТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА ЯК СУЧАСНА ЕКОНОМІЧНА КАТЕГОРІЯ.....</b>	<b>326</b>
<i>Соколова Л. В., Шапошник Б. В.</i>	
<b>НЕОДНОЗНАЧНІСТЬ ДЕФІНІЦІЇ ПОНЯТТЯ «ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА» ТА ОСНОВНА ПРОБЛЕМАТИКА ЇЇ ОЦІНКИ.....</b>	<b>336</b>
<i>Тохтамиш Н. І., Альхьярі Амер Махмуд Алі</i>	
<b>ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПРОЕКТІВ.....</b>	<b>346</b>

### РОЗДІЛ 3

#### СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ТА МЕХАНІЗМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ СУБ’ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

<i>Polozova T.V., Nicola Jennifer John Elia</i>	
<b>ENTERPRISE ECONOMIC SECURITY SYSTEM: THEORETICAL ASPECTS OF FORMATION.....</b>	<b>355</b>
<i>Дутчак Р. Р., Дутчак В. Ф.</i>	
<b>ЗАХИСТ ПРАВА НА ЛІКАРСЬКУ ТАЄМНИЦЮ В ДОКУМЕНТАХ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ПРИВАТНИХ ПІДПРИЄМСТВ ГАЛУЗІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ’Я.....</b>	<b>363</b>

**Соколова Л. В.,**

*д.е.н., професор, професор кафедри економічної кібернетики*

*та управління економічною безпекою,*

*Харківський національний університет радіоелектроніки*

**Огородник В. А.,**

*магістр кафедри економічної кібернетики*

*та управління економічною безпекою,*

*Харківський національний університет радіоелектроніки*

## **КОНКУРЕНТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА ЯК СУЧАСНА ЕКОНОМІЧНА КАТЕГОРІЯ**

В умовах ринкової економіки, посилення конкурентної боротьби за ринки збуту велика роль відводиться кваліфікованому рішенням задачі оцінки та аналізу конкурентного потенціалу підприємств, що має найважливіше значення для розробки стратегічних планів їх діяльності. В українській реальності кордони секторів ринків і навіть ринків у цілому визначені та погоджені, а правила конкурентної боротьби відомі. Перевершити конкурентів, щоб «перетягнути» на себе частину існуючого попиту можливо тільки в тому випадку, коли вітчизняні підприємства зможуть зосередитися на незайманих ділянках ринку, створюючи їх [1]. Особливо дана задача актуалізується в умовах Євроінтеграції України, відкриття ринків для вітчизняних підприємств за рубежом, а також і для відкритих ринків країни для іноземних компаній.

Тому сьогодні досить гостро встає питання необхідності розробки нового показника для оцінки можливості підприємства здійснювати планомірну перебудову всіх сфер його діяльності, розрахувати очікувані зміни в залежності від обставин внутрішнього і зовнішнього характеру, враховуючи їх темпи зміни. Особливо це питання стосується підприємств, де необхідний показник повинен відображати здатність підприємства до розвитку, враховуючи постійно зростаючу кількість зв'язків як усередині системи, так і за її межами, що

ускладнює формування стратегії розвитку підприємства [2]. Таким чином, постає питання про формування таких можливостей – тобто потенціалу розвитку підприємства, що в свою чергу визначає необхідність уточнення формулювання поняття конкурентного потенціалу підприємства та розгляду його сутності.

Турбулентність, мінливість, складність, невизначеність сучасного конкурентного середовища промислових підприємств спонукають науковців до подальшого розвитку теоретичних основ визначення, оцінки, формування та реалізації конкурентного потенціалу суб'єктів господарювання [3]. Значний внесок у вирішення цих питань зробили такі вчені, як Л. В. Балабанова, О. С. Федонін, І. М. Репіна, О. І. Олексюк, Н. С. Краснокутська, І. М. Кирчата, Г. В. Поясник, А. Е. Воронкова, М. В. Стахова, С. В. Близнюк, Р. А. Толпежников, А. Б. Ідрісов та багато інших. Аналіз результатів наукових досліджень засвідчує про відсутність єдиного ставлення до визначення категорії «конкурентний потенціал» підприємства. Це підтверджує необхідність продовження вивчення зазначеної проблеми.

Метою статті є всебічне дослідження категорії конкурентного потенціалу підприємства та її ролі у сучасній економічній науці. Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі конкретні завдання:

- визначити роль категорії конкурентного потенціалу у розвитку діяльності підприємства у сучасних умовах господарювання;
- провести аналіз визначень дефініції категорії «конкурентний потенціал» підприємства;
- дослідити процес формування конкурентного потенціалу підприємства.

Стан сучасної вітчизняної економіки характеризується посиленням конкурентної боротьби між підприємствами-товаровиробниками, успішна діяльність яких залежить від досягнення високого рівня конкурентоспроможності за умов ефективно побудованої системи управління їх конкурентним потенціалом. У ринкових умовах набуває актуальності рішення проблем, зв'язаних із узагальненням теорії потенціалу промислового

підприємства; проведення аналізу категорії «потенціал підприємства»; розгляд потенціалу підприємства з точки зору кінцевої мети його діяльності – створення нових секторів ринкового середовища з метою мінімізації конкурентної боротьби і як наслідок мінімізації витрат [1].

Об'єктивна необхідність розгляду категорії «конкурентний потенціал підприємства» виникла в першу чергу у зв'язку з високою варіативністю факторів, що впливають на розвиток підприємства як складної організаційно-економічної системи. Темпи зростання конкуренції на сучасних ринках збільшуються до такої міри, що в сучасних умовах недостатньо розглядати ті показники, які будуть характеризувати тільки сучасний стан і умови функціонування підприємства. Нагальною необхідністю є розробка показника, який відображав би існуючі можливості підприємства забезпечити досягнення нового ринкового простору.

Це важливо в першу чергу для промислових підприємств, оскільки існує необхідність розглядати підприємство в більш широкій перспективі, ніж це передбачено існуючими показниками оцінки його діяльності. Такий підхід дозволить докладно розглядати можливості промислового підприємства до залучення інвестицій, а головне дасть відповідь на питання не стільки про визначення ринкової ціни підприємства, скільки про можливість досягти визначеності в розробці тих секторів ринку, які на сьогоднішній день не існують. Це проблема так званого блакитного океану [4], суть якої полягає у необхідності створення нових ринкових просторів.

Необхідно відзначити, що конкурентний потенціал є новою і перспективною економічною категорією, але єдиного розуміння і поняття в сучасній літературі дотепер не існує. За результатами аналізу здобутків науковців щодо визначення дефініції досліджуваної категорії було виявлено, що у сучасній вітчизняній і зарубіжній науковій літературі існує безліч підходів до визначення конкурентного потенціалу. У табл. 1 наведені трактування досліджуваної категорії з урахуванням [3, 5].

Таблиця 1 – Підходи до трактування категорії «конкурентний потенціал» підприємства

Автор 1	Трактування категорії конкурентного потенціалу 2
Стахова М. В., Малик О. В. [1]	Сукупність ресурсів та можливостей підприємства, ефективне та розумне використання яких у довгостроковій перспективі надасть підприємству стійкі конкурентні переваги та гарантуватиме високий конкурентний статус
Бабина О. Є., [6]	Внутрішні і зовнішні конкурентні можливості підприємства, які дозволяють йому проводити ефективну конкурентну боротьбу на ринку шляхом оптимального використання матеріальних і нематеріальних ресурсів
Балабанова Л. В., Холод В. В., [7]	Комплекс можливостей і ресурсів підприємства, що забезпечує отримання конкурентних переваг на ринку і досягнення поставлених стратегічних конкурентних цілей
Воронкова А. Е., [8]	Сукупність виробничо-фінансових, трудових, інтелектуальних і екологічних можливостей підприємства, що забезпечують йому стійкі конкурентні позиції на ринку
Федонін О. С., Репіна І. М., Олексюк О. І., [9]	Комплексна порівняльна характеристика, яка відображає рівень переважання сукупності показників оцінки можливостей підприємства, що визначають його успіх на певному ринку за певний проміжок часу стосовно сукупності аналогічних показників підприємств-конкурентів
Балабанова Л. В., Балабанич А. В., [10]	Сукупність наявних конкурентних переваг і маркетингових можливостей фірми, що мають здатність при сприятливому маркетинговому кліматі трансформуватися в конкурентні переваги підприємства, забезпечуючи йому стійку конкурентну позицію на ринку
Інтернет-ресурс, [11]	Здатність підприємства виробляти та реалізовувати конкурентоспроможну продукцію при раціональному використанні наявних ресурсів в обсягах, необхідних для стабільного функціонування і розвитку підприємства (процесу відтворення) на основі забезпечення його конкурентоспроможності
Соколова Л. В., Верясова А. Н., Соколов О. Е., [12]	Сукупність якісно визначених елементів, що виконують функцію забезпечення розвитку та конкурентоспроможності підприємства, між якими існує закономірний зв'язок або взаємодія
Близнюк С. В., Остапенко А. В., [13]	Сукупність зовнішніх і внутрішніх по відношенню до конкурентного середовища можливостей підприємства, реалізація яких створює конкурентні переваги і забезпечує стійку конкурентну позицію на ринку
Омельчак Г. В., [14]	Сукупність параметрів, що визначають можливість і здатність корпорації (системи) ефективно функціонувати на ринку в перспективі (мати високий рівень рентабельності, утримувати або збільшувати частку на ринку) та мати сукупність конкурентних переваг серед інших учасників ринку. Конкурентний потенціал показує можливість зберігати або збільшувати свою конкурентоспроможність у довгостроковому періоді

Продовження таблиці 1

1	2
Головкова Л. С., [15]	Сукупність наявних та невикористаних можливостей підприємства, корпорації, галузі
Толпежников Р. А., Ткачева А. Р., [16]	Оцінка можливості реалізації здатності узагальнити ресурси протягом лага часу для формування стійких конкурентних переваг в конкретний момент часу функціонування підприємства
Аренков І. А., Саліхова Я. Ю., Гаврилова М. А., [17]	Конкурентні можливості, в основі яких лежать матеріальні і нематеріальні ресурси компанії
Кирчата І. М., Поясник Г. В., [18]	Систематизований комплекс взаємоузгоджених можливостей і ресурсів внутрішнього середовища підприємства, який забезпечує отримання конкурентних переваг в умовах змінюваного зовнішнього середовища та обмежених ресурсів, сприяє досягненню поставлених конкурентних цілей та при раціональному використанні забезпечує підприємству високий конкурентний статус
Інтернет-ресурс, [19]	Системне утворення ресурсів, яке характеризується відповідними кількісними і якісними показниками (параметрами) і відображає можливості активного, динамічного саморозвитку в процесі цілеспрямованої діяльності в умовах швидко мінливого зовнішнього середовища
Гудзинський О. Д., Судомир С. М., Гуренко Т. О., [20]	Здатність підприємства та його системи менеджменту формувати збалансований комплекс можливостей по задоволенню потреб споживачів з метою забезпечення сталого стратегічного розвитку, підвищення конкурентоспроможності, завчасної адаптації до змін у зовнішньому середовищі
Сімонова В. С., [21]	Це відкрита багатоелементна, ієрархічна та динамічна система можливостей, компетенцій і ресурсів внутрішнього середовища підприємства, спрямована на отримання конкурентних переваг в умовах мінливого зовнішнього середовища, яка в разі раціонального й ефективного використання ресурсів забезпечить підприємству високий конкурентний статус, що відповідає встановленим цілям та завданням

Аналіз наукових здобутків учених свідчить про перехід від трактування потенціалу підприємства як сукупності певних його коштів до сприйняття потенціалу як можливості перетворення існуючих факторів успіху в майбутні [2]. З проведених досліджень видно, що трактування категорії «конкурентний потенціал» зазнало істотних змін від визначення його як конкурентних переваг і частини загального потенціалу до розуміння його як набору ключових факторів успіху і складових, що володіють інноваційністю та адаптивністю. Творче об'єднання наведених вище підходів щодо шуканого поняття та

виділені ключові аспекти його трактування стало теоретичним підґрунтям розробки схеми формування визначення економічної категорії конкурентного потенціалу підприємства, котру наведено на рис. 1.



Рисунок 1 – Схема формування визначення категорії «конкурентний потенціал підприємства»

*Джерело: складено з урахуванням [5]*

Таким чином стає очевидним, що трактування категорії «конкурентний потенціал підприємства» зазнало істотних змін від визначення його як конкурентних переваг і частини загального потенціалу до розуміння його як набору ключових факторів успіху і складових, що володіють інноваційністю та адаптивністю. Проведене дослідження дозволило виділити основні риси конкурентного потенціалу підприємства, які зображено на рис. 2.



Рисунок 2 – Основні риси конкурентного потенціалу підприємства

*Джерело: складено з урахуванням [1, 22, 23]*

Таким чином можна стверджувати, що конкурентний потенціал підприємства являє собою його внутрішні і зовнішні конкурентні можливості, які дозволяють підприємству на основі раціонального, оптимального використання сукупності ресурсів вести на ринку ефективну боротьбу з конкурентами шляхом формування своїх конкурентних переваг. При цьому конкурентна перевага підприємства є причиною, конкурентоспроможність підприємства – наслідком, а конкурентний потенціал підприємства утворює основу забезпечення перемоги в конкурентній боротьбі за переваги споживача. Конкурентна перевага є активами підприємства, характеристиками товару або марки, а також специфічними формами організації бізнесу, які забезпечують підприємству певну перевагу над конкурентами. Воно завжди є відносним в порівнянні з підприємством, що займає найкращу позицію на ринку.

Конкурентний потенціал підприємства об'єднує одночасно три рівні зв'язків і відносин, до яких відповідно до рекомендацій [13] віднесено такі, як: а) конкурентний потенціал відображає минуле (ресурси), тобто сукупність властивостей, накопичених системою в процесі її становлення, і таких, що зумовлюють можливість до її функціонування і розвитку; б) конкурентний потенціал характеризує рівень практичного вживання і використання наявних можливостей, що забезпечує розмежування реалізованих і нереалізованих можливостей («резерв»); в) конкурентний потенціал орієнтується на розвиток у майбутньому.

Таким чином, можна зробити висновок, що функціонування підприємства в умовах конкурентного середовища вимагає аналізу конкурентного потенціалу підприємства. Необхідно відзначити, що конкурентний потенціал є новою і перспективною економічною категорією, але єдиного розуміння і поняття, як бачимо, в сучасній літературі не існує до теперішнього часу. Тому нагальною стає необхідність у проведенні аналізу існуючих підходів науковців до трактування поняття «конкурентний потенціал» підприємства.

Будучи єдністю стійкого і змінного станів, конкурентний потенціал містить елементи майбутнього розвитку підприємства. Кожне підприємство володіє певним потенціалом і намагається якнайефективніше його реалізувати. Враховуючи реалії сучасного ринку, зокрема жорстку конкуренцію, для досягнення поставлених цілей необхідна чітка стратегія управління як конкурентним потенціалом, так і конкурентоспроможністю підприємства у цілому.

#### **Перелік джерел посилання**

1. Стахова М. В., Малик О. В. Конкурентний потенціал як основа формування конкурентоспроможності підприємства. *Глобальні та національні проблеми економіки*. Миколаївський національний університет імені В. О. Сухомлинського. 2017. Вип. 16. С. 468-473.

2. Балабанова І. В. Конкурентний потенціал як основа формування конкурентних переваг. URL: [www.rusnauka.com](http://www.rusnauka.com) > Economics > 38882. doc.htm.
3. Лужецький А. І. Ідентифікація поняття «конкурентний потенціал підприємства» та підходи до його управління. *Інноваційна економіка*. 2013. № 8. С. 125–128. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek\\_2013\\_8\\_27](http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek_2013_8_27).
4. Моборн Рене, Кім Ві Чан. Стратегія блакитного океану. *Harvard Business Review Press, КСД*. Перекладач І. Андрущенко. 2016. 384 с. ISBN 978-617-12-1640-2.
5. Конкурентний потенціал та його роль у формуванні конкурентоспроможності підприємства. URL: [inmad.vntu.edu.ua](http://inmad.vntu.edu.ua) > portal > static.
6. Бабина О. Є. Потенціал як системна економічна категорія. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. Харків : УДАЗТ, 2011. № 36. С. 23-26.
7. Балабанова Л. В., Холод В. В. Маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств: стратегічний підхід : монографія. Донецьк : ДонДУЕТ, 2006. 294 с.
8. Воронкова А. Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом. Луганск : ВНУ им. В. Даля, 2004. 320 с.
9. Федонін О. С., Репіна І. М., Олексюк О. І. Потенціал підприємства: формування та оцінка : навч. посіб. Вид. 2-ге, без змін. К. : КНЕУ, 2006. 316 с.
10. Балабанова Л. В., Балабанич А. В. Маркетинговый аудит в системе сбыта: монографія. ДонГУЭТ. 2003. 188 с.
11. Конкурентоспроможність і її оцінка. Конкурентний потенціал підприємства... [stud.com.ua](http://stud.com.ua) > konkurentospromozhnist\_otsinka.
12. Соколова Л. В., Верясова А. Н., Соколов О. Е. Теоретико-методологический базис управления развитием конкурентного потенциала предприятия. *Економіка і Фінанси*. 2016. № 12. С. 125-133. URL: <http://openarchive.nure.ua/handle/document/6991>.
13. Близнюк С. В., Остапенко А. В. Конкурентний потенціал підприємництва як категорія сучасних економічних досліджень. *Інвестиції*:

*практика та досвід.* 2011. № 7. С. 40-42. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ipd\\_2011\\_7\\_13](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ipd_2011_7_13).

14. Омельчак Г. В. Інституціональне середовище та сутність конкурентного потенціалу корпорацій. *Держава та регіони.* Серія: Економіка та підприємництво. 2013. № 3. С. 121-125.

15. Головкова Л. С. Сукупний економічний потенціал корпорації: формування та розвиток: монографія. Запоріжжя: Вид-во КПУ, 2009. 340 с.

16. Толпежников Р. А., Ткачева А. Р. Понятийный аппарат экономической категории «конкурентный потенциал предприятия». *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності.* 2014. Вип. 1 (10). Т. 1. С. 143-150.

17. Аренков И. А., Салихова Я. Ю., Гаврилова М. А. Конкурентный потенциал предприятия: модель и стратегии развития. *Проблемы современной экономики.* 2011. № 4 (20). URL: [www.mecconomy.ru/art.php?nArtId=3801](http://www.mecconomy.ru/art.php?nArtId=3801).

18. Кирчата І. М., Поясник Г. В. Управління конкурентоспроможністю підприємства в глобальному середовищі: монографія. Харків : ХНАДУ, 2009. 160 с.

19. Потенциал предприятия: понятие и оценка ... URL: [www.grandars.ru/college/.../potencial-predpriyatiya.html](http://www.grandars.ru/college/.../potencial-predpriyatiya.html).

20. Гудзинський О. Д., Судомир С. М., Гуренко Т. О. Управління формуванням конкурентоспроможного потенціалу підприємств (теоретико-методологічний аспект) : монографія. К. : ІПК ДСЗУ, 2010. 212 с.

21. 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.

22. Квасницька Р. С., Ардашкіна Н. С. Конкурентний потенціал: економічна природа та елементний склад. *Економічний аналіз.* 2012. Т. 10(4). С. 161-164.

23. Матвеев В. В. Сутність стратегічного управління конкурентним потенціалом підприємства. *Молодий вчений.* 2015. № 2(2). С. 179-184.