

УДК: 338.1

ПАНЬКО ЮЛИЯ ВЛАДИМИРОВНА

к.э.н., доцент кафедры «Экономическая теория и менеджмент»
ФГАОУ ВО «Российский университет транспорта», г. Москва,
e-mail: jpline@mail.ru

ВОЗМОЖНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ЛОГИСТИЧЕСКИХ МЕТОДОВ ПРИ ОЦЕНКЕ КОНКУРЕНТНОГО СОСТОЯНИЯ РЫНКА

Аннотация. Цель работы. Цель работы заключается в исследовании возможностей применения логистического инструментария при оценке конкурентной среды на мезоэкономическом уровне. **Метод или методология проведения работы.** Исследование построено на методах общенаучного анализа и обобщения. Применение методов дедукции и моделирования позволило сформировать гипотезу о тенденциях будущих изменений конкурентной среды на региональном уровне. Применение метода аналогии позволило адаптировать логистические инструменты к сфере анализа и прогнозирования среды на мезоэкономическом уровне. **Результаты.** Недостатком существующих подходов является отражение состояния конкуренции в статичных, достигнутых в настоящий момент параметрах. Современная рыночная среда является очень подвижной, подверженной влиянию множества ситуационных, слабо предсказуемых факторов, в связи с чем характеристики конкуренции на рынке могут изменяться очень быстро. Такая ситуация может привести к кризису как отдельно взятую компанию, так и группу взаимосвязанных в пределах отрасли или региона компаний; также может произойти ухудшение экономической ситуации в разрезе региона. В связи с этим необходим поиск новых инструментов оценивания и прогнозирования конкурентной среды, позволяющих наилучшим образом учесть характеристики современного отечественного рынка. **Область применения результатов.** Результаты проведенного исследования могут представлять интерес для компаний, осуществляющих свою деятельность как на национальных, так и на международных конкурентных рынках, а также для органов государственного управления. Предлагаемые подходы к оценке и прогнозированию конкурентной среды способствуют формированию здоровой конкуренции на территориальных рынках и повышению эффективности социально-экономического развития территорий. **Выводы.** Современный этап открывает новые перспективы применения количественных методик при оценке конкурентного состояния рынка, в том числе и для целей регулирования социально-экономического развития. Обширный инструментарий логистических методов может стать основой для развития новых количественных подходов к анализу и оценке конкурентной среды. **Ключевые слова:** конкуренция, конкурентный рынок, логистика, метод Парето, ABC-анализ, прогнозирование, социально-экономическое развитие.

PANKO JULIA VLADIMIROVNA

Ph. D., associate Professor of "Economic theory and management" Federal STATE
Autonomous educational institution "Russian state University of transport", Moscow,
e-mail: jpline@mail.ru

THE POSSIBILITY OF APPLICATION OF LOGISTICAL METHODS IN ASSESSING THE COMPETITIVE STATE OF THE MARKET

Abstract. Purpose of work. The aim of the work is to study the possibilities of using logistics tools in assessing the competitive environment at the meso-economic level. **Method or methodology of the work.** The research is based on the methods of General scientific analysis and generalization. The use of deduction and modeling methods allowed to form a hypothesis about the

trends of future changes in the competitive environment at the regional level. The application of the analogy method made it possible to adapt logistics tools to the sphere of analysis and forecasting of the environment at the meso-economic level. **Results.** A disadvantage of existing approaches is that the state of competition is reflected in the static parameters currently achieved. The modern market environment is very mobile, subject to the influence of many situational, poorly predictable factors, and therefore the characteristics of competition in the market can change very quickly. This situation can lead to a crisis as a single company, and a group of interrelated within the industry or region of companies; may also be a deterioration of the economic situation in the context of the region. In this regard, it is necessary to search for new tools for assessing and predicting the competitive environment that best take into account the characteristics of the modern domestic market. **The scope of the results.** The results of the study may be of interest to companies operating in both national and international competitive markets, as well as to public administration. The proposed approaches to the assessment and forecasting of the competitive environment contribute to the formation of healthy competition in the territorial markets and improve the efficiency of socio-economic development of territories. **Summary.** The current stage opens up new prospects for the use of quantitative methods in assessing the competitive state of the market, including for the purpose of regulating socio-economic development. Extensive tools of logistics methods can become the basis for the development of new quantitative approaches to the analysis and evaluation of the competitive environment.

Keywords: competition, competitive market, logistics, Pareto method, ABC analysis, forecasting, socio-economic development.

Введение. Категория конкуренции и ее значение для рыночной среды уже долгое время является зоной особого интереса для многих исследователей и всех участников рыночных отношений. С определенных позиций, характеристики конкурентного рынка уже изучены настолько глубоко, что сложно предположить обнаружение каких-либо новых тенденций в развитии современной конкуренции. В то же время, находясь в тесном взаимодействии с живыми компонентами, экономическая среда не является статичной и постоянно изменяется: с одной стороны, внешняя среда является результатом взаимного влияния всех субъектов, представленных на нем, с другой стороны, происходящие в рыночной среде изменения неизбежно приводят функционирующие компании к необходимости приспосабливаться к тем переменам, которые возникают в результате одновременной деятельности множества фирм, частных лиц, а также государственного и глобального влияния. Однозначным является тот факт, что рыночная среда находится в постоянном развитии, эволюции и адаптации к синергетическому влиянию больших совокупностей внешних факторов [17]. Отсюда можно сделать вывод о неизбежности отклонений фактического состояния конкуренции на рынке от любых теоретических моделей, а также о невозможности однозначного прогнозирования изменений рыночной конкурентной ситуации. В этих условиях любая фирма при выработке любых управленческих решений и в частности – решений в области конкурентной стратегии, постоянно находится в условиях неопределенности, вызванной недостаточностью информации о текущем состоянии и о возможных изменениях внешней среды [4].

Таким образом, в качестве одного из важнейших факторов управления современной экономической средой на микро-, мезо- или макроуровне конкурентного рынка следует назвать разработку нового эффективного инструментария прогнозирования изменений конкурентной среды и формирования набора стратегических альтернатив конкурентных изменений. Важным при этом видится возможность количественного определения вероятности реализации той или иной альтернативы. В условиях возрастающего значения информационных технологий и развития цифровизации перспективным направлением в прогнозировании конкурентной среды видится внедрение логистических оптимизационных методов. [2]

Оценка рыночной конкуренции является первоочередным шагом в выработке конкурентной стратегии и выступает одним из основных критериев при выборе альтернатив стратегического конкурентного поведения. При прогнозировании общего вектора изменений конкуренции на рынке важен учет поведения любой фирмы в рыночной среде, в связи с этим предлагается изучить основные факторы, которые, во-первых, могут повлиять на принятие фирмой

решения в разработке её эффективной конкурентной стратегии и, во-вторых, могут быть оценены при помощи количественных параметров[8]. Автор полагает, что необходимо учитывать тенденции, которые могут возникнуть в конкурентной среде в долгосрочном периоде, потому что более интенсивная конкуренция на стадии развития бизнеса может привести к потере конкурентных позиций и уходу компании с рынка. Не менее интересным является прогноз будущего развития рынка для компании, впервые выходящей на рынок и не имеющей устойчивой сформированной конкурентной позиции.

Недостатком существующих подходов к оценке рыночной конкуренции, является то, что они в основном учитывают состояние конкурентной среды в статичных, достигнутых в настоящий момент параметрах: количество фирм, имеющих на рынке, доля продаж каждой, или группы фирм, сложившаяся конъюнктура и динамика цен.[7] Но необходимо понимать, что современная рыночная среда является очень подвижной, подверженной влиянию множества ситуационных, слабо предсказуемых факторов, в связи с чем характеристики конкуренции на рынке могут изменяться очень быстро. В таких условиях возникает необходимость быстрой выработки новых стратегических решений, что может быть сопряжено с рядом опасностей во внешней среде и высокими бизнес-рисками для субъектов рынка, не имеющих механизма быстрой адаптации. Такая ситуация может привести к кризису как отдельно взятую компанию, так и группу взаимосвязанных в пределах отрасли или региона компаний; далее может произойти ухудшение ситуации в разрезе региона к однозначным экономическим потерям и утрате конкурентных преимуществ.[6]

На сегодняшний день в области экономических знаний создана обширная база аналитических инструментов и алгоритмов для оценки рыночной среды. Однако, несмотря на широкую популярность методов логистики, эта группа, по мнению автора, используется недостаточно эффективно на уровне макро- и мезоэкономического регулирования рыночной среды. Между тем, логистический инструментарий, опирающийся на формализацию данных и количественный подход, может существенно повысить качество прогнозирования, что особо важно именно при взаимодействии с конкурентами, так как от оптимальности стратегического выбора может зависеть рыночная успешность фирмы на конкурентном рынке любого типа[3].

Исходя из вышеизложенных соображений, цель данного исследования заключается в адаптации логистических инструментов к исследованию конкуренции на внутреннем рынке, а также выявление особенностей развития конкуренции на мезоуровне, что обусловлено взаимодействием групп предприятий в отраслевом или региональном разрезе. Исходя из поставленных целей, можно определить необходимость решения нескольких задач: 1. выявление новых методов исследования конкурентной среды, которые ранее не использовались; 2. выявление новых особенностей и характеристик типов конкурентных рынков в развитии феномена рыночной конкуренции и современных тенденций в конкурентной среде на макро и мезоуровне; 3. применение инструментов прогнозирования изменений рыночной конкуренции для выработки опережающих стратегических решений и опережающей адаптации конкурентной стратегии компании к текущим изменениям рыночной среды.[14]

Методы исследования. Для любой экономической системы конкуренция представляет очень важный, обязательный фактор среды. В связи с этим такое явление как конкуренция может быть изучено с разных позиций, с привлечением для этих целей разнообразных общенаучных, специфических и частных методов исследования. Для характеристики явления конкуренции кроме того требуется большое количество статистических, экономических и эконометрических данных. Наиболее востребованными методами исследования конкуренции являются: методы индукции и дедукции, анализа и синтеза, эконометрическое моделирование, методы эксперимента и наблюдения. В процессе исследования, выполненного в рамках данной работы, были использованы методы дедукции, моделирования и эмпирический анализ.

Главная задача изучения конкурентной среды заключается в получении необходимых данных, способствующих формированию конкурентных преимуществ компании на рынке и изыскание возможностей для эффективного и взаимовыгодного сотрудничества с контрагентами. Также немаловажным является определение конкурентных преимуществ и ключевые факторы успеха компании, что позволит компании эффективно участвовать в конкурентной борьбе[11]. В таком ракурсе анализируются преимущества и недостатки конкурентов, изучается занимае-

мая ими доля рынка, оценивается реакция потребителей на маркетинг конкурентов. Наряду с этим изучаются материальный, финансовый, трудовой потенциал конкурентов, организация управления деятельностью.[19] Следует отметить, что зачастую провести такие исследования проблематично, так как требуемая информация находится вне свободного доступа. Кроме того, анализ, проводимый с позиций каждой конкретной фирмы, является субъективным, так как оценка всех параметров конкурентной среды осуществляется относительно фирмы, проводящей такое исследование. В то же время общий объективный анализ конкурентной среды мог бы дать фирме определенные точки приоритета, что позволило бы избежать чрезмерных затрат, направленных на сбор и обработку больших объемов информации о рынке. Также более объективная оценка среды необходима для принятия макроэкономических решений на государственном или территориальном уровне, либо в разрезе отдельной отрасли.

Для оценки конкурентной среды и получения индикаторов конкурентного доминирования традиционно используется устоявшийся набор методов, рассчитываются индексы Линда (L); Херфиндаля-Хиршмана (НН); Розенблюта, Ханна-Кэя, Ротшильда; оценивается концентрация рынка CR (отношение концентрации), его относительная концентрация и энтропия.[10] Методы использования каждого из этих индикаторов полностью описаны в экономической литературе множества авторов. Общий знаменатель всех подходов - способность определить главные конкурирующие группы компаний и оценить их доминирующее положение на рынке (уровень «рыночной власти»). Также может быть оценена общая острота конкуренции на исследуемом рынке, обуславливаемая числом крупных компаний, представленных на заданном рынке. Безусловно, все перечисленные методы позволяют существенно продвинуться в оценке конкурентных характеристик рыночной среды в общих чертах, однако, данные методы менее эффективны при оценивании в региональном/территориальном разрезе, или с позиций оценки определенного отраслевого или территориального промышленного кластера.[13] Кроме того, для использования большинства перечисленных методов необходимо множество информации о состоянии рынка и знание нюансов позиций отдельных игроков (например, вхождение какой-либо не крупной фирмы в состав промышленного холдинга не позволит правильно оценить влияние данной фирмы/юридического лица на региональный или отраслевой рынок, исходя из частных показателей самой фирмы; в то время как оценка совокупных характеристик рыночного влияния всего холдинга даст совершенно иное понимание распределения сил на конкурентном рынке)[12]. Кроме того, большинство методик оценки конкурентной среды разработано в странах, имеющих существенно меньшую территорию по сравнению с Россией, что подразумевает определенную однородность исследуемого рынка[21, 22]. В России же характеристики конкурентных рынков существенно изменяются во взаимосвязи с регионом и его социально-экономическим развитием, географическими и иными характеристиками.

В этом отношении вычисление упомянутых выше индикаторов не всегда соответствует целям исследования, так как оно отражает средние характеристики параметров отраслевой конкуренции, но не формирует представления о состоянии конкурентной среды в экономическом мезопространстве, что особенно актуально в масштабах российской экономики.[13].

В дополнение к упомянутым выше индикаторам на практике применяются различные методы комплексной оценки конкурентной среды. Один из них основан на модели пяти сил М.Портера, которая позволяет проводить анализ формирования конкурентной среды и определять основные факторы, определяющие интенсивность конкуренции.[15, 23] Эта методика дает хорошие результаты, будучи примененной для конкретной фирмы, однако ее результативность снижается при оценивании рынка в целом. В итоге это не позволяет прогнозировать изменения в конкурентной среде и, следовательно, не позволяет заранее планировать необходимые стратегические изменения.

Кроме того, метод основан на экспертных оценках, а не на статистике, что позволяет использовать его при отсутствии полной информации о конкурентной среде, но может привести к серьезным искажениям в реальной ситуации регионального рынка.[20].

Исходя из проведенного обзора методологии исследования рыночной среды с учетом характеристик конкуренции в региональном и отраслевом разрезе, предлагается использовать методологию оценки рыночной среды при помощи интегрального показателя.

Результирующий интегральный показатель предлагается сформировать на основе суммы

данных, характеризующих состояние рыночной среды региона. При этом за компоненты интегрального показателя предлагается принимать показатели социально-экономического развития региона, характеризующие вовлечение в экономические процессы основных факторов производства, а также характеризующие развитость рыночной среды региона в целом. К таким (частным) показателям предлагается отнести:

- показатель вклада в валовый региональный продукт;
- показатель среднегодовой численности занятых по видам экономической деятельности;
- показатель инвестиций в основной капитал [18];
- показатель числа предприятий и организаций;
- а также показатель распределения числа предприятий и организаций территории по видам экономической деятельности.

При формировании интегрального показателя предлагается учитывать удельные веса по каждому частному показателю, исчисленные относительно регионального значения соответствующего показателя. Таким образом, интегральный показатель будет получен путем произведения соответствующих удельных весов частных показателей. Формирование частных показателей относительно соответствующего регионального значения позволяет учесть параметры социально-экономического развития региона в целом и не учитывать влияние на расчет показателей других регионов, имеющих более развитую рыночную и конкурентную среду (либо наоборот – менее развитую среду), что позволит избежать в оценке силы конкурентного влияния усреднения значений.[9]

Основу показателей, используемых при исследовании составляют данные Госкомстат (Росстат) по числу предприятий по регионам, отраслям, с характеристикой масштабов предприятий (объем инвестиций, средняя численность персонала, объем выпуска продукции/объем реализации продукции).

На следующем шаге исследования полученные значения интегрального показателя по территориям, формирующим экономический регион, обрабатываются при помощи метода Парето с целью определения характеристик конкурентной среды в региональном или кластерном разрезе. Метод Парето, широко известен и применим в определенных областях экономики (например, в логистике), однако практики использования данного метода при исследовании характеристик экономики на мезоуровне пока не наблюдалось. Наиболее распространенным «экономическим» вариантом метода Парето является анализ ABC. Опыт применения ABC-методики в экономике уже выявил разнообразие в подходах к определению границ соответствующих групп. Различия в выводах исследователей, показывающие изменение границ формируемых групп в зависимости от вклада объекта в совокупные результаты, приведены в таблице 1:

Таблица 1

Процентные отношения групп А, В и С [16]

Автор исследования	Группа А		Группа В		Группа С	
	Доля объектов, %	Доля результата, %	Доля объектов, %	Доля результата, %	Доля объектов, %	Доля результата, %
А. М. Гаджинский	10	75	25	20	65	5
Д. Д. Бауэрсокс Д. Дж. Клосс	20	80	30	15	50	5
В. И. Сергеев	10-15	75-80	20-25	15-20	60-70	5-10
Б. А. Аникин	15-20	80	30	10-15	>50	5-10
Джеймс Р. Сток, Дуглас М. Ламберт	5	70	10	20	85	10

Согласно условиям метода, производится деление всех объектов, входящих в исследуемую совокупность, на три группы: А, В и С. При этом, к группе А относят около 20% объектов, результирующие характеристики которых дают 75-80% вклада в общие показатели по совокупности. Группа В включает 30% объектов, которые обеспечивают следующие 15-20% сово-

купного результата, и наконец, группа С будет включать оставшиеся 50%, суммарный результат которых дает около 5% от общей доли в результатах.[5]

Результаты. В результате проведения дедуктивного исследования и моделирования рыночных данных по административным регионам России при помощи ABC-метода были получены результаты оценки рыночной конкурентной среды на мезоэкономическом уровне, с позиций учета динамики инвестиций в основной капитал, использования трудового ресурса региона, общего числа предприятий и распределения предприятий по отраслям. Учет указанных параметров и проведенное преобразование результатов при помощи их группировки с использованием ABC-метода позволило структурировать регионы, путем разделения территориальных единиц на группы «А», «В» и «С». На основании группировки были выделены территории, имеющие высокие показатели рыночной среды, территории со средними показателями и территории, показатели которых указывают на низкую развитость конкуренции и необходимость дополнительного стимулирования социально-экономического развития таких регионов.

Отнесение по результатам анализа территориальной единицы к группе объектов «А» может указывать на более высокое социально-экономическое развитие данной территории, в условиях чего можно предполагать большое число участников конкурентных отношений, что способствует формированию рыночной среды с более жесткой конкуренцией. Более высокая динамика инвестиций и трудовых ресурсов в пределах такой территориальной единицы указывает на тенденцию высокой подвижности конкурентной среды, что делает ее более сложной как для предприятия, впервые выходящего на рынок, так и для предприятий, функционирующих в этой среде длительное время (для поддержания своих конкурентных преимуществ таким предприятиям требуется увеличение инвестиций и поддержание постоянно высоких темпов развития, что способствует устойчивому росту показателей региона при долгосрочном прогнозировании).

Для территориальных единиц, образующих группу «В», можно прогнозировать средние темпы экономического развития, что соответственно отражается и на более низких, по сравнению с группой «А», темпах формирования конкурентной среды.

Если территориальная единица, по результатам анализа, вошла в группу «С», - это может указывать на необходимость дополнительных мер по стимулированию социально-экономического развития территории. С позиций развития конкурентной среды также можно прогнозировать низкую остроту конкуренции, что позволяет новым субъектам рынка развиваться с меньшими затратами на конкурентную борьбу.

Подытоживая результаты ABC-анализа, проведенные относительно оценки конкурентной среды территориальных единиц, следует подчеркнуть возможности прогнозирования экономического развития каждой территории в пределах региона обособленно, с учетом распределения по группам А, В или С. Также можно сделать общий вывод о том, что, чем выше полученный интегральный показатель территории (группа «А»), тем более жесткими являются условия конкуренции в пределах указанной территории. Соответственно, отнесение территории в группы «В» или «С» позволяет прогнозировать, с одной стороны, более низкие барьеры вхождения на территориальный рынок и невысокую остроту конкуренции на нем, а, с другой стороны, - более низкие темпы экономического развития территории и необходимость дополнительного экономического стимулирования. Так как интегральный показатель формируется из нескольких компонентов: показатель обеспеченности трудовыми ресурсами, уровень инвестиций в основной капитал, развитость данного экономического вида деятельности, общий вклад экономики территории в экономику региона, - каждый из частных критериев оказывает понижающее или повышающее воздействие на результирующий интегральный показатель, что обуславливает отличие интегральной оценки конкурентной среды территории от общих характеристик экономического развития, получаемых при помощи отдельно взятых показателей социально-экономического развития исследуемой территории.

Приведенная выше методика дана в обобщенном виде и может быть преобразована для целей исследования в разрезе как региона, так и кластера, либо применена относительно группы территорий, не взаимосвязанных административным характером деления. Это позволяет оценивать конкурентное влияние по субъектам рынка, сосредоточенным именно на указанных территориях, без усреднения данных.

Выводы. Итак, в рамках предложенной работы было рассмотрено несколько новых соображений относительно развития конкурентной среды рынка в границах отдельных территориальных единиц на мезоуровне экономики. Вновь выявленные обстоятельства позволяют говорить о том, что исследования конкурентной среды необходимы и важны, так как это позволяет оптимизировать управленческие решения при выработке конкурентной, инновационной и стратегии развития, как для отдельной фирмы, так и для региона или национальной экономики в целом. [1]

Структурирование территориальных единиц в региональном или отраслевом разрезе при помощи интегрального показателя конкурентной среды и ABC-метода может иметь практический смысл при прогнозировании тенденций социально-экономического развития для целей государственного стимулирования отстающих территорий на макроуровне, выявления характеристик конкурентной среды в рамках любой необходимой территориальной совокупности на мезоуровне, а также при разработке фирмой конкурентной стратегии на микроэкономическом уровне. Предложенная методика позволяет не только учитывать текущее состояние конкурентной среды, но и выстраивать прогноз перспективных изменений конкурентного рынка, а также вырабатывать своевременные меры, направленные на стимулирование социально-экономического развития отдельных территорий, регионов или кластеров на любом уровне экономических систем.

Литература

1. Барينو́ва, В. А. Институциональные условия инновационного развития фирмы / В. А. Барино́ва. — М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2013. — 154 с. — (Инновационная экономика: опыт).
2. Белозерцева Н.П., Локиша А. В., Петрова Н. И. Методы оптимизации логистических затрат // АНИ: экономика и управление. 2017. №4 (21). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metody-optimizatsii-logisticheskikh-zatrat> (дата обращения: 16.04.2019).
3. Вечканов, Г.С. Экономическая теория. Учебник – СПб: Издательство: Питер, 2016
4. Вербина, В. В. Особенности российских сделок слияния и поглощения в процессе перераспределения собственности // Вестник ВолГУ. Серия 3: Экономика. Экология. 2009. №2.
5. Гаджинский, А. М. Логистика: Учебник. 21-е изд. – М.: Дашков и К, 2013
6. Груздева, Е. В. Внешняя среда предпринимательских структур. Энциклопедическая статья // [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.lomonosov-fund.ru/enc/ru/encyclopedia:0131327>
7. Грязнова, А.Г., Чечелева Т.В. Экономическая теория: Учебник - М. Издательство «Экзамен». 2005
8. Заложнев А. Ю. Оптимизационные модели внутрифирменного управления // УБС. 2003. №5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/optimizatsionnye-modeli-vnutrifirmennogo-upravleniya>
9. Зубарев А. С. Приоритетные направления политики регионального развития в условиях глобализации экономики // Научные ведомости БелГУ. Серия: История. Политология. Экономика. Информатика. 2007. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/prioritetnye-napravleniya-politiki-regionalnogo-razvitiya-v-usloviyah-globalizatsii-ekonomiki> (дата обращения: 20.04.2019).
10. Курс экономической теории: учебник/ Под общей редакцией проф. Чепурина М. Н., проф. Киселевой Е. А. - 4-е дополненное и переработанное издание - Киров: «АСА», 2000
11. Латыпов, Р. А. Конъюнктурный анализ и прогноз развития межрегиональных рынков страны // Вестник Казанского технологического университета. 2008. №5.
12. Луганцев, А. М. Реструктуризация компаний в форме слияний и поглощений // Пространство экономики. 2009. №2-2
13. Панько, Ю.В. Условия и факторы современной конкуренции. Монография – Саратов: Издательство ООО Амирит,"2018
14. Панько, Ю.В. Особенности комплексного подхода к оценке состояния конкурентной среды на мезоэкономическом уровне // Современная конкуренция, 2007
15. Портер, М. Конкуренция – М.: Издательство: Вильямс, 2010
16. Потехин, И.П., Головина О.Д. Инновационный менеджмент: Учеб. пособие / Под общ. ред. И.П.Потехина. Ижевск: Институт экономики и управления ГОУ ВПО Удмуртский государственный университет,"2009
17. Рышков, Д.А. Организационно-экономическое обеспечение инновационного развития хозяйствующих субъектов: диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук.
18. Сибирская, Е.В., Строева О.А. Методика оценки процесса инвестирования инновационной деятельности региональных экономических систем // Финансы и кредит. 2010. №15 (399)
19. Филип Котлер, Кевин Лейн Келлер Маркетинг менеджмент: СПб.: Питер, 2018
20. Шкардун В.Д., Ахтямов Т.М., Методика исследования конкуренции на рынке //Маркетинг в России и за рубежом// №4 - 2000 стр. 44
21. Al Ries, Jack Trout, MARKETING WARFARE// Journal of Consumer Marketing, Vol. 3 Issue: 4, pp.77-82, <https://doi.org/10.1108/eb008182>
22. Kenichi Ohmae, The Mind Of The Strategist: The Art of Japanese Business, McGraw-Hill, 1991
23. Michael E. Porter. What is Strategy? — Harvard Business Review, November-December, 1996

References:

1. Barinova, V. A. *Institucional'nye usloviya innovacionnogo razvitiya firmy* / V. A. Barinova.
2. Belozerceva N.P., Loksha A. V., Petrova N. I. *Metody optimizatsii logisticheskikh zatrat* // ANI: ekonomika i upravlenie. 2017. №4 (21). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metody-optimizatsii-logisticheskikh-zatrat> (data obrashcheniya: 16.04.2019).
3. Vechkanov, G.S. *Ekonomicheskaya teoriya. Uchebnyk – SPb: Izdatel'stvo: Piter, 2016*
4. Verbina, V. V. *Osobennosti rossijskikh sdelok sliyaniya i pogloshcheniya v processe pereraspredeleniya sobstvennosti* // Vestnik VolGU. Seriya 3: Ekonomika. Ekologiya. 2009. №2.
5. Gadzhinskij, A. M. *Logistika: Uchebnyk. 21-e izd. – M.: Dashkov i K, 2013*
6. Gruzdeva, E. V. *Vneshnyaya sreda predprinimatel'skikh struktur. Enciklopedicheskaya stat'ya* // [Elektronnyj resurs] Rezhim dostupa: <http://www.lomonosov-fund.ru/enc/ru/encyclopedia:0131327>
7. Gryaznova, A.G., Checheleva T.V. *Ekonomicheskaya teoriya: Uchebnyk - M. Izdatel'stvo «Ekzamen». 2005*
8. Zalozhnev A. YU. *Optimizacionnye modeli vnutrifirmennogo upravleniya* // UBS. 2003. №5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/optimizatsionnye-modeli-vnutrifirmennogo-upravleniya>
9. Zubarev A. S. *Prioritetnye napravleniya politiki regional'nogo razvitiya v usloviyah globalizatsii ekonomiki* // Nauchnye vedomosti BelGU. Seriya: Istoriya. Politologiya. Ekonomika. Informatika. 2007. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/prioritetnye-napravleniya-politiki-regionalnogo-razvitiya-v-usloviyah-globalizatsii-ekonomiki> (data obrashcheniya: 20.04.2019).
10. *Kurs ekonomicheskoy teorii: uchebnyk/ Pod obshchey redakciej prof. Shepurina M. N., prof. Kiselevoj E. A. - 4-e dopolnennoe i pererabotannoe izdanie - Kirov: «ASA», 2000*
11. Latypov, R. A. *Kon'unkturnyj analiz i prognoz razvitiya mezhregional'nyh rynkov strany*// Vestnik Kazanskogo tekhnologicheskogo universiteta. 2008. №5.
12. Lugancev, A. M. *Restrukturizatsiya kompanij v forme sliyanij i pogloshchenij* // Prostranstvo ekonomiki. 2009. №2-2
13. Pan'ko, YU.V. *Usloviya i faktory sovremennoj konkurencii. Monografiya – Saratov: Izdatel'stvo OOO Amirit," 2018*
14. Pan'ko, YU.V. *Osobennosti kompleksnogo podhoda k ocenke sostoyaniya konkurentnoj sredy na mezoekonomicheskom urovne*// *Sovremennaya konkurenciya*, 2007
15. Porter, M. *Konkurenciya – M.: Izdatel'stvo: Vil'yams, 2010*
16. Potekhin, I.P., Golovina O.D. *Innovacionnyj menedzhment: Ucheb. posobie / Pod obshch. red. I.P.Potekhina. Izhevsk: Institut ekonomiki i upravleniya GOU VPO Udmurtskij gosudarstvennyj universitet," 2009*
17. Ryshkov, D.A. *Organizacionno-ekonomicheskoe obespechenie innovacionnogo razvitiya hozyajstvuyushchih sub'ektov: dissertatsiya na soiskanie uchenoj stepeni kandidata ekonomicheskikh nauk.*
18. Sibirskaya, E.V., Stroeva O.A. *Metodika ocenki processa investirovaniya innovacionnoj deyatel'nosti regional'nyh ekonomicheskikh sistem* // *Finansy i kredit*. 2010. №15 (399)
19. Filip Kotler, Kevin Lejn Keller *Marketing menedzhment: SPb.: Piter, 2018*
20. SHkardun V.D., Ahtyamov T.M., *Metodika issledovaniya konkurencii na rynke* // *Marketing v Rossii i za rubezhom*// №4 - 2000 str. 44
21. Al Ries, Jack Trout, *MARKETING WARFARE*// *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 3 Issue: 4, pp.77-82, <https://doi.org/10.1108/eb008182>
22. Kenichi Ohmae, *The Mind Of The Strategist: The Art of Japanese Business*, McGraw-Hill, 1991
23. Michael E. Porter. *What is Strategy?* — *Harvard Business Review*, November-December, 1996