

УДК 338.1

Конкурентный потенциал предприятия

Лукиных Михаил Иванович

Доктор сельскохозяйственных наук, профессор,
ведущий научный сотрудник,

Уральский государственный экономический университет,
620144, Российская Федерация, Екатеринбург, ул. 8 Марта / Народной Воли, 62/45;
e-mail: M.Lyku@mail.ru

Оболенская Алена Германовна

Кандидат экономических наук, доцент,
Уральский государственный педагогический университет,
620017, Российская Федерация, Екатеринбург, просп. Космонавтов, 26;
e-mail: a.obolenskaya@mail.ru

Аннотация

Целью настоящего исследования является развитие теоретических основ конкурентного потенциала предприятия. **Методология.** В работе применяются общие и специальные методы научного познания – анализ и синтез, сравнение, монографический, логический, классификационный. **Результаты.** Систематизировано понятие конкурентный потенциал предприятия (КПП). На основе ресурсного, функционального и результативного подходов выполнен анализ конкурентного потенциала. Предложена авторская версия КПП. Проанализирована структура конкурентного потенциала. Стратегия управления и формирования конкурентного потенциала предприятия. **Заключение.** Конкурентный потенциал — это совокупность необходимых ресурсов при результативной организации бизнес-процессов для деятельности предприятия, которая сосредоточена на достижение определенной цели на конкурентных рынках. КПП является важным и необходимым элементом конкурентоспособности. На основе ресурсного, функционального и результативного подходов систематизирована категория конкурентного потенциала. Рассмотрена структура конкурентного потенциала предприятия. Управление КПП происходит через воздействие на его элементы. Предложен подход к формированию стратегии конкурентного потенциала предприятия.

Для цитирования в научных исследованиях

Лукиных М.И., Оболенская А.Г. Конкурентный потенциал предприятия // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2018. Том 8. № 6А. С. 20-27.

Ключевые слова

Конкурентный потенциал, подходы к оценке, структура, управление, формирование.

Введение

Современные рынки характеризуются высокой динамикой условий ведения бизнеса. Потребительские предпочтения россиян, по мере роста их доходов и разнообразия предложений на потребительском рынке, подвержены значительным изменениям. Транснациональные корпорации, которые представлены на внутреннем российском рынке, зачастую своими действиями подрывают стабильность сферы товарного обращения. Это приводит к высокой степени нестабильности внешней среды. Актуальная проблема эффективной оперативной и стратегической деятельности организации в условиях высоко конкурентного рынка. Происходит изменение условий хозяйствования в виде глобализации экономики, также начинает развиваться гиперконкуренция. В этих обстоятельствах необходимо совершенствовать такой элемент конкурентоспособности как конкурентный потенциал предприятия (КПП) [Салихова, 2011].

Известно, что российские предприятия слабо конкурентоспособны на внешнем рынке. Для решения данной проблемы необходимо обоснование конкурентного поведения организации. В этом направлении отмечается недостаточная теоретическая проработка данного вопроса и слабое практическое применение [Голубева, 2011].

Основная часть

Существует множество определений конкуренции, что является следствием сложности данного явления и разнообразием подходов к нему. Конкуренция — это форма конкурентных отношений в рыночной системе хозяйствования. Она является признаком рыночного хозяйства, экономическое явление с присущими ему элементами – издержки производства, цены и т.д. [Лисенков, 2008]. Основными особенностями современной конкуренции являются: сокращение жизненного цикла товара; уменьшение административных барьеров к выходу новинок на рынок; ослабление государственного регулирования; возрастание роли инноваций в сфере технологий и продуктов; использование информационных технологий.

КПП определяет конкурентоспособность организации. Формирование важнейших его составляющих элементов и величины развития у организации определяет её будущую деятельность [Аренков и др. 2011].

Анализ определений КПП, представленных в научной литературе, показывает, что преобладает ресурсный подход к оценке данного явления. Прежде всего, выделяются виды ресурсов. Например: природные, материальные, трудовые, финансовые [Рахимова 2003, Фазлиева, Фомченкова www], финансово-инвестиционные, производственные, инновационные и человеческие [Паладова 2011]. Следующий элемент, представленный в характеристике конкурентного потенциала это возможности [Рахимова 2003, Ульянов 2008, Савенкова, Кульш 2014, Мостовая, Медведева 2015, Янковский, Мухарь цит. по Старостиной 2014]. Википедия трактует значение слова возможность как направление развития, присутствующее в каждом явлении жизни; выступает и в качестве предстоящего, и в качестве объясняющего, то есть как категория. Это функциональная составляющая деятельности предприятия, которая необходима в оценке конкурентного потенциала. Она определяет эффективность использования ресурса. Потому в рамках уточнения определения конкурентного потенциала необходимо непременно учесть данное обстоятельство. Результативный подход формирует цель существования организации и способы её достижения. В качестве оценки используется потенциальное или реальное превосходство над конкурентами [Рахимова 2003, Ульянов 2008, Савенкова, Кульш,

2014, Паладова 2011, Туровец 2009, Шарко 2013, Остапенко, Верещак цит. по Старостина, 2014, Семененко 2014, Фазлиева, Фомченкова www, Войцеховская 2007]. Следующая позиция, которая должна быть представлена в определении конкурентного потенциала это привязка к конкретным рынкам, где организация осуществляет свою деятельность. На это обращает внимание [Супрунов 2004, Шарко 2013, Остапенко, Верещак, цит. по Старостинной 2014, Семененко. 2014]. «Конкурентоориентированный потенциал» понятие относительное и имеет привязку к конкретному рынку и периоду времени. На одних рынках будет объект конкурентный, тогда как совсем неконкурентоспособен на других. Производителю товара или поставщику услуги для того, чтобы добиться успехов в конкурентной борьбе, необходимо изучать рынок, на котором он работает, верно, оценивать свою конкурентную позицию и возможности конкурентов. Необходимо оказывать управляющее действие на конкурентный потенциал предприятия с целью разработать существенные направления повышения его уровня [Супрунов, 2004].

Осуществлено, обобщение материалов экспериментов по категории КПК. Обнаружено ряд близких позиций. 1. Присутствие ресурсной составляющей, которая выступает в качестве основы потенциала, при этом обуславливается эффективность применения ресурсов. 2. Наличие инструментов по обращению конкурентного потенциала в фактор реальной конкуренции. 3. Относительный анализ КПП участников рынка. 4. Учет воздействия внешних сил на организацию и в связи с этим способностью компании приспособиться к динамичным условиям среды. 5. КПП взаимодействует с конкурентоспособностью предприятия [Салихова, 2011].

Авторская версия термина. Конкурентный потенциал — это совокупность необходимых ресурсов при результативной организации бизнес-процессов для деятельности организации, которая сосредоточена на достижение определенной цели на конкурентных рынках.

КПП является сложной системой, которая имеет внутреннюю структуру. Он является ключевым фактором, который характеризует особенности предприятия, и имеет влияние на оперативную деятельность, а также воздействует на формирование и реализацию стратегии. Конкурентные преимущества — это ключевые сильные стороны компании, которую позиционирует её на рынке. Большинство основных конкурентных преимуществ являются характеристиками организации, с помощью которых оно заявляет о себе на рынке и которые делают предприятие и его продукцию уникальным [Салихова, 2011]. Конкурентное преимущество определяет выбор конкурентной стратегии. Важно оценить устойчивость этого преимущества и спланировать действия по его закреплению и развитию. Выделяют пять вариантов подходов к стратегии конкуренции компании [Томпсон, Стрикленд, 1998] 1. Стратегия лидерства по издержкам. Цель достижение преимущества перед конкурентами по этому показателю. Конкурентное преимущество постоянная и эффективная работа по снижению издержек на всех этапах создания потребительской ценности товара или услуги. Возможное преимущество может выражаться в эффекте «масштаба», следовательно, необходимо защитить свою долю рынка. 2. Стратегия широкой дифференциации. Состоит в придании нового имиджа производимым товарам или услугам. Основу составляет техническое совершенство товара или услуги, их повышение качества, а также улучшение обслуживания клиентов. 3. Стратегия оптимальных издержек. Она объединяет усилия по снижению затрат на производство и возможности по незначительному совершенствованию продукции. Конкурентное преимущество в рамках данной стратегии состоит в умении снижать себестоимость продукции и вносить нужные для потребителя изменения в товар. 4. Стратегия рыночной ниши, сформирована на низких издержках. Данный подход основан на низких издержках по сравнению с основными конкурентами и ориентации на ограниченный круг

потребителей. Конкурентное преимущество предполагает возможности организации снижать себестоимость товара и совершенствовать его характеристики с учетом специфики потребителей. 5. Стратегия рыночной ниши, основанная на дифференциации производимого товара. Предполагает дифференциацию продукции или услуги для удовлетворения запросов определенной группы покупателей. Конкурентное преимущество состоит в способности организации выявить устойчивую группу потребителей, существенно отличающуюся на рынке и предложить товар для удовлетворения их потребностей. Например, эмоции у покупателей, которые вызывает торговая марка, удобство и экономия в покупке, использовании, утилизации и др.

Строение КПП обуславливается исходя из внутренних и внешних возможностей организации, каковые создают в соответствии внутренний и внешний конкурентные потенциалы. Настоящий подход учитывает как ресурсные возможности фирмы, так и внешние условия функционирования, которые могут, как содействовать, так мешать формированию КПП.

Внутренний конкурентный потенциал предприятия может быть представлен ресурсами: материальными; финансовыми; информационными; трудовыми; основными фондами. Резервный уровень КПП характеризует адаптационные способности субъекта хозяйствования к меняющимся внутренним и внешним конкурентным условиям. Важный показатель соответствие внутреннего конкурентного потенциала особенностям рынка, на котором функционирует предприятие. К внешним конкурентным возможностям фирмы относят рыночные факторы, которые способствуют реализации конкурентных преимуществ компании [Салихова, 2011]. Такими благоприятными возможностями могут быть, к примеру: увеличение доли рынка, участие в тендере на закупку продукции и выиграть его, получение лицензионной документации на производство оригинального товара, выход на другой рынок и др.

По уровню воздействия на организацию выделяется макросреда (дальнего влияния) и микросфера (ближнего окружения или факторы, обусловленные отраслью). Исследование макросреды выполняют с использованием ПЕСТ-анализа. Его цель – отслеживание изменения макросреды по традиционным сферам: политико-правовое, экономическое, социокультурное, технологическое. Вместе с тем, исходя из специфики деятельности фирмы, могут быть добавлены и другие направления исследования. Отраслевой анализ обращен на нахождение экономической и финансовой привлекательности, как отрасли, так и отдельных товарных рынков. Результатом данного изыскания является установление факторов, благоприятствующих формированию и развитию КПП и наоборот угрожающих его оптимальному функционированию.

Основой благоприятной структуры конкурентного потенциала предприятия могут также выступать типы конкурентных преимуществ производителей: 1. Ресурсные конкурентные преимущества организации, усиливающие потребительский эффект, соединенный с ценовыми характеристиками закупаемой продукции; 2. Технологические конкурентные преимущества организации, выпускающей продукцию; 3. Инновационные конкурентные преимущества; 4. Глобальные конкурентные преимущества; 5. Конкурентные преимущества, связанные с культурой организации [Лисенков, 2008].

Структура конкурентного потенциала организации, которая представляет, например гостиничные услуги, состоит из следующих элементов потенциалов: интеллектуальный, производственный, имущественный, менеджмента, финансовый, маркетинговый, логистический, инновационно-технологический, информационно-коммуникационный [Савенкова, Кулыш 2014].

Основу конкурентоспособности предприятия формирует взаимодействие конкурентного потенциала и конкурентной стратегии. Структура КПП может существенно варьировать в зависимости от отрасли и положения, которое занимает организация на рынке. Выделяются четыре типа стратегических ролей. 1. Лидер рынка занимает более 40% рынка. 2. Претендент на лидерство занимает до 30% доли рынка. 3. Последователь занимает долю на рынке до 20% рынка. 4. Организация окопавшееся в рыночной нише занимает до 10% рынка.

Управление конкурентоспособным потенциалом предприятия предполагает оценку его настоящего состояния, усиление на перспективу и результативное применение в текущий период времени. Рассмотрим управление КПП на основе структурных элементов. Маркетинговый потенциал предназначен для обеспечения взаимосвязи между спросом и предложением товара. Необходимый элемент КПП – высокое качество выпускаемой продукции (предоставляемой услуги), которое производится по российским и международным стандартам качества. Оно должно соответствовать потребностям и ожиданиям клиентов. Результативное применение ресурсов маркетинга предполагает привлечение внимания покупателей и совершение покупки. Рыночный потенциал обуславливается предельно возможным объемом продаж предприятия. Преобладающая роль в данном потенциале играет состояние внешней среды: численность потенциальных и реальных покупателей и уровень их платежеспособного спроса. Инновационный потенциал анализируется как критерий способности реализации инновационного проекта или программ. Количественное и качественное развитие организации через инновации рассматривается как ответная реакция на внешние вызовы и её собственные возможности. Творческий потенциал обусловлен созидательным ресурсом, как самого бизнесмена, так и всей его команды. Творческая атмосфера создает комфортную среду, воздействует на повышение производительности труда и улучшение качества производимой продукции (предоставляемой услуги). Ресурсный потенциал предполагает использование разнообразных необходимых ресурсов. Наиболее важные производственные ресурсы, к которым относят сырье, материалы и т.д.; финансовые ресурсы, которые определяют финансовую деятельность организации; человеческие ресурсы предполагают использование компетенции и их уровень.

Указанные элементы КПП функционируют во взаимной связи и зависимости. Нужно комплексно и творчески подходить к управлению КПП для приобретения синергетического эффекта, когда в результате взаимодействия результат получается больше, чем когда при использовании разрознено.

Основные этапы планирования и реализации стратегии формирования КПП. Подготовительные этапы в рамках SWOT-анализа. 1. Исследования макросреды, в которой функционирует организация с точки зрения предоставляемых возможностей и возможных угроз для предприятия, 2. Аудит сильных и слабых сторон организации. Соотнесение возможностей компании с состоянием внешней среды. Основные этапы. 3. Анализ основных структурных компонентов КПП. Оценка КПП в сопоставлении с основными конкурентами. Факторы, влияющие на выбор формирования стратегии КПП: финансовые возможности фирмы, этап жизненного цикла товары и/или фирмы, степень однородности рынка и товара, стратегии конкурентов, тип рынка. Выбор варианта стратегии: наращивании ресурса при его недостатке или отсутствии, эффективное использование ресурсов при его высоком или достаточном уровне. 4. Контроль реализации стратегии КПП. Поскольку реальные условия реализации могут существенно отличаться от планируемой обстановке, то зачастую возникает необходимость в коррекции принятой к реализации стратегии [Салихова, 2011].

Заключение

Конкурентный потенциал — это совокупность необходимых ресурсов при результативной организации бизнес-процессов для деятельности предприятия, которая сосредоточена на достижение определенной цели на конкурентных рынках. КПП является важным и необходимым элементом конкурентоспособности. На основе ресурсного, функционального и результативного подходов систематизирована категория конкурентного потенциала. Рассмотрены подходы к структуре конкурентного потенциала предприятия. Управление КПП происходит через воздействие на его элементы. Предложен подход к формированию стратегии конкурентного потенциала предприятия.

Библиография

1. Аренков И.А. Конкурентный потенциал предприятия: модель и стратегии развития / И.А. Аренков, Я.Ю. Салихов, М.А.Гаврилова // Экономика, управление и учет на предприятии. – 2011. - №4. – С.120-125.
2. Википедия. Режим доступа <https://ru.wikipedia.org/wiki/>(дата обращения: 18.04.2018).
3. Войцеховская И.А. Формирование стратегии обеспечения конкурентоспособности услуг сетевых розничных торговых предприятий. Авт. канд. дис. - СПб. 2007. – 18 с.
4. Голубева, М.А. Стратегическое управление конкурентным поведением промышленных предприятий [Электронный ресурс]: дис. канд. экон. наук: 08.00.05/ М. А. Голубева - Кострома. 2011. - Режим доступа disserCat (дата обращения: 18.04.2018).
5. Лисенков М.В. Конкурентный потенциал и конкурентная стратегия в совокупности отношений конкурентоспособности // Вестник ТГУ. Выпуск 2 (58). – 2008. – С. 63-65.
6. Мостовая Ю.В. Методика системной оценки конкурентного потенциала промышленного предприятий// Фундаментальные исследования/ Ю.В.Мостовая, Л.С. Медведева. – 2015. – № 2-25. – С. 5644-5648; URL: <http://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=38480> (дата обращения: 26.05.2018).
7. Паладова, Т.А. Стратегическое управление конкурентным потенциалом предприятия [Электронный ресурс]: дис. канд. экон. наук: 08.00.05/ Т. А. Паладова - Краснодар. 2011. - Режим доступа disserCat (дата обращения: 18.04.2018).
8. Рахимова, Г.С. Конкурентный потенциал и конкурентная стратегия в совокупности отношений конкурентоспособности [Электронный ресурс]: дис. канд. экон. наук: 08.00.01/ Г.С. Рахимова - Казань. 2003. - Режим доступа disserCat <http://www.dissercat.com/content/konkurentnyi-potentsial-i-konkurentnaya-strategiya-v-sovokupnosti-otnoshenii-konkurentosposo#ixzz5FXWc0gyS> (дата обращения: 18.04.2018).
9. Савенкова И. В., Кульш М. И. Конкурентный потенциал предприятия с позиции ресурсной концепции // Молодой ученый. — 2014. — №20. — С. 404-409. — URL <https://moluch.ru/archive/79/13890/> (дата обращения: 26.05.2018).
10. Салихова Я.Ю. Конкурентный потенциал предприятия: сущность, структура, методика оценки: учебное пособие / Я.Ю. Салихова. – СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2011. – 52 с.
11. Семененко С.В. Конкурентный потенциал торговой организации: теоретико-методологические основы формирования, методический инструментарий исследования, концепция развития. Автореферат докт. диссертации. Специальность 08.00.05. – Белгород. 2014. – 28 с.
12. Супрунов, А. Е. Управление конкурентным потенциалом предприятий промышленности строительных материалов [Электронный ресурс]: дис. канд. экон. наук: 08.00.05/ А. Е. Супрунов - Брянск. 2004. - Режим доступа disserCat <http://www.dissercat.com/content/upravlenie-konkurentnym-potentsialom-predpriyatii-promyshlenosti-stroitelnykh-materialov#ixzz5FZUTDF00> (дата обращения: 18.04.2018).
13. Старостина, Т.Г. Конкурентный потенциал организации/Т.Г.Старостина. – Ульяновск: УлГТУ, 2014. – 115 с.
14. Томпсон А.А., Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: Учебник для вузов/Пер. с англ. Под ред. Л.Г.Зайцева, М.И.Соколовой. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ,1998, - 576 с.
15. Туровец, Д.Г. Формирование интегрированных структур предприятий пищевой промышленности как фактор реализации их конкурентного потенциала [Электронный ресурс]: дис. канд. экон. наук: 08.00.05/ Д.Г. Туровец - Красноярск. 2009. - Режим доступа disserCat (дата обращения: 18.04.2018).
16. Ульянов, А.А. Конкурентный потенциал устойчивого развития пищевой промышленности [Электронный ресурс]: дис. канд. экон. наук: 08.00.05/ А.А. Ульянов - Саратов. 2008. - disserCat (дата обращения: 18.04.2018).

17. Фазлиева В.В. Управление конкурентным потенциалом организации/В.В. Фазлиева, Л.В.Фомченкова, Национальный исследовательский университет «МЭИ», филиал в г. Смоленске Режим доступа <http://esa-conference.ru/wp-content/uploads/files/pdf/Fazlieva-Viktoriya-Vladimirovna.pdf> (Режим доступа 03.06.2018).
18. Шарко И.А. Потенциал и развитие предприятия: конспект лекций / И. А. Шарко, Е.В. Ульяненко/ Харк. нац. аграр. ун-т. – Харьков.2013. – 144 с.

Competitive potential of the enterprise

Mikhail I. Lukinykh

Doctor of Agricultural Sciences, Professor,
leading researcher,
Ural State University of Economics,
620144, 62/45, 8 Marta / Narodnoy Voli st., Yekaterinburg, Russian Federation;
e-mail: M.Lyku@mail.ru

Alena G. Obolenskaya

PhD in Economics, Associate Professor,
Ural State Pedagogical University,
620017, 26, Kosmonavtov av., Yekaterinburg, Russian Federation;
e-mail: a.obolenskaya@mail.ru

Abstract

Objective. The purpose of this study is to develop the theoretical foundations of the competitive potential of the enterprise. **Methodology.** The General and special methods of scientific knowledge – analysis and synthesis, comparison, monographic, logical, classification are used in the work. **Results.** The concept of competitive potential of the enterprise (CPT) is systematized. On the basis of resource, functional and effective approaches the analysis of competitive potential is executed. The author's version of the checkpoint is proposed. The structure of competitive potential is analyzed. Strategy of management and formation of competitive potential of the enterprise. **Conclusion.** Competitive potential is a set of necessary resources for the effective organization of business processes for the enterprise, which is focused on achieving a specific goal in competitive markets. PPC is an important and necessary element of competitiveness. On the basis of resource, functional and effective approaches the category of competitive potential is systematized. The structure of competitive potential of the enterprise is considered. The control of the checkpoint occurs through the impact on its elements. An approach to the formation of the competitive potential of the enterprise strategy is proposed.

For citation

Lukinykh M.I., Obolenskaya A.G. (2018) Konkurentnyi potentsial predpriyatiya [Competitive potential of the enterprise]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 8 (6A), pp. 20-27.

Keyword

Competitive potential, approaches to evaluation, structure, management, formation.

References

1. Arenkov I. A. the Competitive potential of the enterprise: a model and strategy of development / I. A. Arenkov, I. Salikhov, Y., Gavrilova M. A. // Economics, management and accounting at the enterprise. - 2011. - №4. - P. 120-125.
2. Wikipedia. Access mode <https://ru.wikipedia.org/wiki/> (accessed: 18.04.2018).
3. Voitsekhovskaya I. A. Formation of strategy of ensuring competitiveness of services of network retail trade enterprises. Auth. kand. dis. - SPb. 2007. - 18 p.
4. Golubeva, M. A. Strategic management of competitive behavior of industrial enterprises [Electronic resource]: dis. kand. Econ. Sciences: 08.00.05 / M. A. Golubeva-Kostroma. 2011. - Mode of access disser Cat <http://www.dissercat.com/content/strategicheskoe-upravlenie-konkurentnym-povedeniem-promyshlennykh-predpriyatii#ixzz5FXXLdTHw> (accessed: 18.04.2018).
5. Lisenkov V. M. Competitive potential and competitive strategy in the totality of the relations of competitiveness // Herald of Tomsk state University. Issue 2 (58). - 2008. - P. 63-65.
6. Mostovaya Yu. V. Methods of system assessment of the competitive potential of industrial enterprises // Fundamental research / Yu. V. Mostovaya, L. S. Medvedev. - 2015. - № 2-25. - S. 5644-5648; URL: <http://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=38480> (date accessed: 26.05.2018).
7. Poladova, T. A. Strategic management of competitive potential of the enterprise [Electronic resource]: dis. kand. econ. sciences: 08.00.05/ A. T. Pulatova - Krasnodar. 2011. - DisserCat access mode <http://www.oh.dissercat.com/content/strategicheskoe-control-konkurentnym-potentsialom-predpriyatiya#ixzz5FXY6CI00> (date accessed: 18.04.2018).
8. Rakhimova, G. S. Competitive potential and competitive strategy in the aggregate of competitiveness relations [Electronic resource]: dis. kand. econ. sciences: 08.00.01 / G. S. Rakhimova-Kazan. 2003. - Mode of access disserCat <http://www.dissercat.com/content/konkurentnyi-potentsial-i-konkurentnaya-strategiya-v-sovokupnosti-otnoshenii-konkurentosposobiy#ixzz5FXWc0gyS> (date accessed: 18.04.2018).
9. Savenkova I. V., Kulish M. I. Competitive potential of enterprises in terms of the resource concept // the Young scientist. - 2014. - №20. - P. 404-409. URL <https://moluch.archive/79.ru/13890/> (accessed: 26.05.2018).
10. Salihova J. Y. Competitive potential of an enterprise: essence, structure, methods of assessment: textbook / Y.Y. Salikhova. - SPb. : Spbguef publishing house, 2011. - 52 p.
11. Semenenko S. V. Competitive potential of trade organization: theoretical and methodological basis of formation, methodological tools of research, development concept. Author's abstract doct. theses. Specialty 08.00.05. - Belgorod. 2014. - 28 p.
12. Suprunov, A. E. Management of competitive potential of enterprises of the industry of construction materials [Electronic resource]: dis. kand. econ. sciences: 08.00.05 / A.E. Suprunov-Bryansk. 2004. - DisserCat access mode <http://www.dissercat.com/content/upravlenie-konkurentnym-potentsialom-predpriyatii-promyshlennosti-stroitelnykh-materialov#ixzz5FZUTDF00> (date of circulation: 18.04.2018).
13. Starostina, T. G. Competitive potential of the organization / T. G. Starostina. - Ulyanovsk: UISTU, 2014. - 115 p.
14. Thompson A. A., Strickland A. J. Strategic management. Art of strategy development and implementation: Textbook for universities / Per. with English. Ed L. G. Zayceva, M. I. Sokolova. - Moscow: Banks and exchanges, UNITY, 1998, 576 p.
15. Turovets, D. G. Formation of integrated structures of food industry enterprises as a factor of realization of their competitive potential [Electronic resource]: dis. kand. econ. sciences: 08.00.05 / D. G. Turovets - Krasnoyarsk. 2009. - DisserCat access mode <http://www.oh.dissercat.com/content/formirovanie-integrirovannykh-struktur-predpriyatii-pishchevoi-promyshlennosti-kak-faktor-re#ixzz5FXN9TFK9> (accessed 18.04.2018).
16. Ulyanov, A. A. Competitive potential of sustainable development of food industry [Electronic resource]: dis. kand. econ. sciences: 08.00.05/ A. A. Ulyanov, Saratov. 2008. - disserCat <http://www.dissercat.com/content/konkurentnyi-potentsial-ustoichivogo-razvitiya-pishchevoi-promyshlennosti#ixzz5FXLfc5lg> (date accessed: 18.04.2018).
17. Fazlieva V. V. Management of competitive potential of the organization/V. V. Fazlieva, L. V. Fomchenkova, national research University "MEI», branch in Smolensk access Mode <http://esa-conference.ru/wp-content/uploads/files/pdf/Fazlieva-Viktoriya-Vladimirovna.pdf> (access mode 03.06.2018).
18. Charcot I. A. Development Potential of the enterprise: the abstract of lectures / I. A. Charko, E. V., Yljnenko / Hark. NAT. agrarian. Univ. of Illinois – Kharkov.2013. - 144 p.