

Використання міжнародного досвіду оцінки ринкових позицій підприємств та можливостей розвитку бізнесу

Москаленко Н.О.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри економічного аналізу
Харківського національного економічного університету
імені Семена Кузнеця

Зосімова А.В.

аспірант кафедри економічного аналізу
Харківського національного економічного університету
імені Семена Кузнеця

Статтю присвячено актуальним питанням формування інформаційно-аналітичного інструментарію оцінки ринкових можливостей підприємства. Визначено основні критерії, за якими оцінюється підприємство на міжнародних ринках, дотримуючись яких підприємство забезпечить конкурентоспроможність та ефективність діяльності.

Ключові слова: ринок, конкурентоспроможність, критерії, забезпечення, оцінка, можливості, інструментарій.

Moskalenko N.O., Zosimova A.V. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕЖДУНАРОДНОГО ОПЫТА ОЦЕНКИ РЫНОЧНЫХ ПОЗИЦИЙ ПРЕДПРИЯТИЙ И ВОЗМОЖНОСТЕЙ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

Статья посвящена актуальным вопросам формирования информационно-аналитического инструментария оценки рыночных возможностей предприятия. Определены основные критерии, по которым оценивается предприятие на международных рынках, следуя которым предприятие обеспечит конкурентоспособность и эффективность деятельности.

Ключевые слова: рынок, конкурентоспособность, критерии, обеспечение, оценка, возможности, инструментарий.

Moskalenko N.O., Zosimova A.V. APPLICATION OF INTERNATIONAL EXPERIENCE IN ASSESSMENT OF MARKET POSITIONS OF THE ENTERPRISE AND BUSINESS DEVELOPMENT OPPORTUNITIES

The article is devoted to topical issues the formation of information and analytical tools assess the market opportunities of the enterprise. The basic criteria by which to assess the company on the international markets, following which the company will ensure the competitiveness and efficiency.

Keywords: market, competitive criteria, provision, assessment, opportunities, tools.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Сучасний стан економіки країни характеризується сповільненням темпів зростання та зниженням стратегічної активності підприємств. Унаслідок цього збільшилася кількість кризових факторів, що суттєво вплинули на економічний розвиток країни. Нестабільність політичної ситуації, недосконалість законодавства, економічні труднощі в державі зумовили значне сповільнення динаміки розвитку зовнішньоекономічної діяльності національних підприємств. Проте державна політика у сфері зовнішньої економіки все ж налаштована на стимулювання експортної діяльності суб'єктів господарської діяльності пріоритетних галузей національного виробництва. За даними Державної служби статистики України [16], за 2015 р. було експор-

товано: недорогоцінних металів та виробів із них на суму 9 472 697,2 тис. дол. США, що у структурі експорту складає 24,8% (за 2014 р. – 15 229 006,2 тис. дол. США; 28,3%; 1-е місце); продуктів рослинного походження – на суму 7 972 170,3 тис. дол. США, що у загальній структурі експорту дорівнює 20,9% (за 2014р. – 8 736 139,2 тис. дол. США; 16,2%; 2-ге місце); машин, обладнання та механізмів, електротехнічного обладнання – на суму 3 943 803,2 тис. дол. США, що дорівнює 10,3% від загальної структури експорту товарів (за 2014 р. – 5 657 205,1 тис. дол. США; 10,2%; 4-те місце); жирів та олій тваринного або рослинного походження експортовано на суму 3 299 876,3 тис. дол. США, у структурі експорту 8,7% (за 2014 р. – 3 822 031,8 тис. дол. США; 7,1%; 5-те місце). Отже, серед при-

оритетних галузей знаходиться машинобудування, що у структурі загального експорту в 2015 р. займає третє місце. Незважаючи на те що в 2015 р. продукція машинобудування у структурі експорту посіла третє місце замість четвертого в 2014 р., загальний обсяг експорту знизився на 1 713 401,9 тис. дол. США. Гострота проблеми характеризується також втратою російського ринку як одного з найбільших за обсягами експорту та імпорту продукції машинобудування, що було однією з причин зниження обсягів експорту продукції машинобудування. Таким чином, можна побачити, що експортна активність українських підприємств як загалом, так і підприємств машинобудівної галузі зокрема суттєво знизилася, тому стимулювання переорієнтації підприємств машинобудування на інші міжнародні ринки потребує формування якісно нового інформаційно-аналітичного забезпечення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Окремі питання інформаційного та аналітичного забезпечення діяльності підприємства висвітлюються в роботах таких вітчизняних учених, як Лепейко Т.І. та Мазоренко О.В. [7], Козак Ю.Г., Логвинова Н.С. [13]. Різні аспекти інвестиційної привабливості підприємства досліджували Бланк І.А. [5], Ястремська О.М. [6], Батанова Т.В. [13]. Різними аспектами зовнішньоекономічної діяльності підприємства на рівнях економіки займалися такі вчені, як Машталір Я.П. [8], яка розглядала ефективність зовнішньоекономічної діяльності; Тищук Т.А., Покришка Д.С. та ін. [9], які розкривали основні ознаки, за якими розглядаються підприємства, що здійснюють зовнішньоекономічну діяльність; Кизим М.О., Олійник А.Д. та ін. [10], які розглядали основні загрози зовнішньоекономічній діяльності; Бала В.В. [11], який досліджував практичні аспекти управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємств машинобудування.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. У своїх наукових працях [2; 5; 7; 13] автори наголошують на необхідності формування інвестиційного клімату, підвищенні конкурентоспроможності та ефективності національних підприємств. Забезпечення підприємства конкурентними позиціями на міжнародному ринку є завданням інформаційно-аналітичного інструментарію. Тобто необхідно виявити, яким критеріям повинно відповідати підприємство, щоб забезпечувати конкурентні позиції на міжнародних ринках. Незважаючи на важливі теоретичні та практичні досягнення науковців, все ж не було

розроблено єдиного інформаційного інструментарію та аналітичного забезпечення для підвищення конкурентоспроможності, інвестиційної привабливості підприємства, оцінки можливості розвитку та покращання зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є формування інформаційно-аналітичного інструментарію зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Виходячи з аналізу літературних джерел [1–3; 7; 11], було виявлено, що інформаційно-аналітичне забезпечення зовнішньоекономічної діяльності підприємства є одним із важливих інструментів виходу на міжнародний ринок, який повинен забезпечувати достатній рівень інвестиційної привабливості та достатньої спроможності підприємств до конкуренції, надійності його як партнера в процесі управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства.

За даними рейтингу 2014 р. журналу «Forbes Україна» «Топ-25 експортерів України: ренкінгForbes» [18], до найбільших експортерів увійшло ПАТ «Мотор Січ», що є найбільшим експортером турбореактивних та турбогвинтових двигунів в Україні. Підприємство за 2014 р. експортувало продукції в сумі близько 389,16 млн. дол. США та посіло 11-те місце у загальному рейтингу. Проте переважну більшість експортерів у 2014 р. склали підприємства металургійної галузі.

За даними «Топ-25 імпортерів України: ренкінгForbes» [19], у 2014 р. найбільшу кількість імпортерів склали компанії нафтогазової галузі. Одним із найбільших представників машинобудівної галузі у рейтингу стала компанія «Тойота-Україна», яка імпортувала близько 200,49 млн. дол. США та посіла 12-те місце. При цьому ПАТ «Мотор Січ» посіло 25-те місце у рейтингу, імпортуючи з-за кордону 124,93 млн. дол. США продукції машинобудування.

Як відомо, в Україні ще з середини 2009 р. почали розробку Національного інноваційного кластера «Нові машини» з метою підвищення рівня конкурентоспроможності та стійкості підприємств. До того ж підприємствам, що входять до кластеру, відкривається низка переваг: доступ до експертів, інформація щодо різних сторін діяльності, покращання продуктивності та доступ до капіталовкладень, можливість об'єднання підприємств для здійснення закупівлі сировини (за нижчими цінами) та, найголовніше, можливість встанов-

лення контакту з аналогічними закордонними підприємствами. У Харківській області також був започаткований машинобудівний кластер. Головними складовими кластерної структури є такі кластери: авіаційний, космічної сфери, енергомашинобудівний (ОАО «Турбоатом», ОАО «Турбогаз», ХЦКБ «Енергопрогресс», НТП «Котлоенергопром»), фармацевтичний, нанобіотехнологій, охорони здоров'я, бронетехніки, с/г машинобудування.

Для визначення головних критеріїв, за якими оцінюється підприємство на міжнародних ринках, звернулися до міжнародних баз даних, міжнародних та національних рейтингів та статистичних даних.

Говорячи про параметри оцінки конкурентоспроможності країни та регіону, підприємства було проаналізовано закордонні та вітчизняні рейтинги [12; 14; 15]. Головні критерії, які висувуються до конкурентоспроможності регіонів та країн за національним рейтингом конкурентоспроможності регіонів (Індекс конкурентоспроможності регіонів України), що складений на основі міжнародного рейтингу конкурентоспроможності держав (Індексу глобальної конкурентоспроможності), є такі: якість інституцій, інфраструктура, макроекономічне середовище регіону, охорона здоров'я та початкова освіта, вища освіта та професійна підготовка, ефективність ринку товарів та праці, рівень розвитку фінансового ринку, технологічна готовність, розмір внутрішнього ринку, рівень розвитку бізнесу, інновації. Тобто за цими параметрами оцінюється конкурентоспроможність держави в цілому, а також конкурентоспроможність окремих регіонів усередині держави. Серед груп показників, що характеризують конкурентоспроможність, є такі, що характеризують рівень розвитку регіону загалом, та показники, що характеризують підприємства як конкурентоспроможні. До таких груп показників відносяться показники рівня розвитку бізнесу.

Говорячи про критерії для виходу підприємства на міжнародний ринок, можна виділити його економічну привабливість, тобто можливості на міжнародному ринку підприємства повинні включати такі головні елементи:

- 1) конкурентоспроможність або його затребуваність на міжнародному ринку;
- 2) інвестиційна привабливість;
- 3) надійність як партнера.

Економічна привабливість підприємства на міжнародному ринку характеризується його спроможністю до такого поєднання наявних у нього ресурсів, які забезпечували б йому

конкурентні переваги перед іншими закордонними товаровиробниками. Якщо розглядати національну галузь машинобудування, яка, за даними Державного комітету статистики, останніми роками втратила об'єми експорту своєї продукції, то вкрай важливо виявити принципову схему забезпечення конкурентоспроможності підприємств.

Однією з головних проблем в Україні є створення привабливого інвестиційного клімату, для того щоб національні підприємства мали можливість залучати інвестиції у виробництво. Це є головною проблемою залучення як іноземних, так і вітчизняних інвестицій. Інвестори мають досить низький рівень захисту, який повинен забезпечуватися суттєвою законодавчою базою.

Щодо основних факторів, за якими оцінюється надійність партнерів, то можна виділити такі, що є основними загрозами і надходять від постачальників. Серед них – ситуації, які пов'язані з ризиком відмови від постачання продукції вже після укладення договору через причини, що не були оговорені в контракті; ситуації, коли порушуються строки надходження продукції до замовника або продукція є низької або невідповідної якості. Крім того, проблемними факторами є збільшення ціни на товар чи плутанина в замовленнях, унаслідок чого покупець отримує не потрібний йому товар, а також суттєвий ризик, що притаманний національній економіці, банкрутство підприємства, що постачає продукцію, фальсифікація документів [1; 8; 11; 13].

Виходячи з виділених складових, насамперед необхідно дослідити міжнародний досвід із визначення конкурентоспроможності на всіх рівнях: держави, регіону та підприємства. З метою дослідження було вивчено головні складові Індексу глобальної конкурентоспроможності (Global Competitiveness Index, GCI), Індексу конкурентоспроможності бізнесу (Business Competitiveness Index, BCI) – опитування, що проводяться Всесвітнім економічним форумом з 2004 р., та рейтинг «Ведення бізнесу: оцінка якості та ефективності регулювання», результати якого щорічно публікуються Групою Всесвітнього банку, що проводить перевірку норм, які сприяють розширенню підприємницької діяльності та захисту прав власності, а також Індекс конкурентоспроможності регіонів України, що щорічно публікується у Звіті про конкурентоспроможність регіонів України, який готують експерти Фонду «Ефективне управління».

Індекс глобальної конкурентоспроможності

та конкурентоспроможності бізнесу є достатньо важливими, бо це є найбільш глобальне дослідження з виділення рейтингу країн за легкістю ведення бізнесу та конкурентоспроможністю кожної країни загалом. До них прислухаються, тому що вони мають найбільш повну базу показників конкурентоспроможності за різними країнами світу. Дослідження базуються на загальнодоступній статистичній інформації та опитуванні експертів, якими виступають керівники компаній (Індекс глобальної конкурентоспроможності, Індекс конкурентоспроможності бізнесу, індекс ведення бізнесу Doing Business). Індекс глобальної конкурентоспроможності проводиться Всесвітнім економічним форумом разом із мережею партнерських організацій та провідних дослідницьких інститутів із країн світу, які в ньому аналізуються. Індекс конкурентоспроможності регіонів України розраховується на основі методології, яка покладена в основу розрахунку Індeksu глобальної конкурентоспроможності Всесвітнього економічного форуму. Таким чином, ці індекси є найбільш широкими дослідженнями серед можливих у масштабах країни та світу.

За оцінками минулих років, відповідно до Індeksu конкурентоспроможності регіонів, у 2013 р. Харківська область посіла друге місце в Україні після Києва. На сьогодні це останні дані, з огляду на ситуацію, що склалася в Україні на протязі 2014–2015 рр. Але з того часу незмінними є певні перепони, які заважають веденню бізнесу. Найбільшою перепорою для ведення бізнесу в Харківському регіоні є нестабільність державної політики – 21,2%, тоді як середнє значення по регіону склало 16,9% опитуваних. На другому місці – податкова політика (14,8% опитуваних), яка не є такою, що стимулює ведення та розвиток бізнесу. Третє місце з перешкод зайняла корупція на всіх рівнях управління – 11,4% від загальної кількості опитуваних, проте найбільш загрозливою є саме корупція серед управлінського апарату підприємств та регіону. Також вагомий внесок у перешкодженні веденню бізнесу (11,4% респондентів) зробила неефективність державного апарату управління та дозвільної системи.

Дослідивши методику розрахунку глобальних та регіональних національних індексів та, головне, їх складові, було виділено головні фактори, які найбільш концентровано розкривають конкурентоспроможність країни, регіону і підприємства. Складові були обрані серед таких, що є основою інноваційно орієн-

тованої економіки. Вони входять до складової розвитку бізнесу при розрахунку індексу конкурентоспроможності регіонів.

У зв'язку з підвищенням рівня конкуренції на міжнародних ринках необхідно досліджувати процеси в бізнесі, що, своєю чергою, потребують інноваційного підходу. Інновації повинні впроваджуватися не лише в технічній сфері виробництва, а й у сфері бізнес-планування. Виходячи з наповнення складової рейтингу конкурентоспроможності регіонів України, можна виділити ті показники, що найбільше, на думку авторів, забезпечують конкурентоспроможність для машинобудівного підприємства, це:

- 1) конкурентні переваги;
- 2) широта ланцюга доданої вартості;
- 3) контроль міжнародної дистрибуції (маркетинг і збут);
- 4) рівень розвитку виробничих процесів;
- 5) рівень маркетингу;
- 6) готовність делегувати повноваження.

Так, конкурентні переваги, якими оперує підприємство, мають дослідитися з позиції того, яка саме природа їх досягнення. Оцінюється, за рахунок чого підприємство їх отримало, чи це низька вартість продукції, чи унікальність продуктів та виробничих процесів. Найкращою конкурентною перевагою, яка є більш значимою у стратегічному плані, є саме унікальність продукції та виробничих процесів. Значення цього показника за оцінками 2013 р. у Харківському регіоні склало 3,72 бали. Порівнюючи із середнім значенням по регіону (3,51 бали), бачимо, що значення вище на 0,21 бали. Значення кращого регіону – у Сумській області – 3,99 бали. Харківський регіон є досить прогресивним та інноваційним. Тобто конкурентні переваги досягаються за рахунок кращої технології, яка є інноваційною та більш ефективною, що дає змогу виробляти унікальну та більш якісну продукцію з нижчою собівартістю, ніж у конкурентів.

При вивченні широти ланцюга доданої вартості досліджуються компанії-експортери та наскільки вони охоплюють етапи створення вартості. Показники Харківської області за цим показником склали 4,17 бали, це на 0,74 бали більше, ніж середній показник по регіонам України за 2013 р., та є найкращим показником серед регіонів України в 2013 р. Високе значення цього показника вказує на те, що підприємства регіону займаються не лише видобутком сировини та її реалізацією, чи самостійно виробляють продукцію, розробляють нову, а також просувають її на

міжнародний ринок, самостійно здійснюють маркетингову та логістичну діяльність та післяпродажне обслуговування. Це зумовлює достатньо високе значення наступного показника у складовій розвитку бізнесу «маркетинг і збут».

Маркетинг і збут підприємства характеризується показником, який у рівні розвитку бізнесу називається «контроль міжнародної дистрибуції». Коли підприємство виробляє продукцію для її експорту, постає питання про те, яким чином експортувати цю продукцію. Традиційно є два шляхи експорту – самостійно та через посередників. Саме цей показник указує на спроможність підприємства самостійно доставити продукцію до замовника, бо певним чином впливає на надійність підприємства як партнера, що підвищує конкурентоспроможність таких підприємств. Значення цього показника в Харківському регіоні дорівнювало 4,77 бали, що на 0,14 бали більше, ніж середній показник по регіонах України за 2013 р., та на 0,37 бали менше, ніж у Сумському регіоні, який вважався кращим за цим показником у 2013 р.

Наступний показник – рівень розвитку виробничих процесів. Він характеризує рівень відповідності виробничих процесів сучасним вимогам, що висувуються до технологій виробництва. Показник указує на те, чи переважають трудомісткі методи і виробничі технології попереднього покоління, чи підприємство використовує найновіші у світі, найбільш ефективні виробничі технології. У Харківському регіоні він дорівнював 3,67 бали, що більше на 0,24 бали, ніж середній показник по регіонах України, та в загальному рейтингу з 27 регіонів України займав п'яте місце. Це також характеризує Харківський регіон як такий, що має середню потенційну базу для підвищення конкурентоспроможності, тобто не досить активно використовуються інноваційні технології. Однією з причин цього може бути саме те, що виробничо-переробна галузь Харківського регіону переважно представлена підприємствами машинобудування, оновлення технологій на яких є досить затратним та фінансово містким заходом, та вимагає залучення додаткових інвестицій.

Показник рівня маркетингу характеризує, наскільки підприємства регіону використовують маркетингові прийоми та методи просування продукції. Головним критерієм при оцінці також є рівень використання новітніх методів, прийомів та підходів до просування

продукції підприємства. Цей показник по Харківському регіону дорівнював 4,35 бали, що на 0,27 бали вище за середній показник по регіонах України за 2013 р., та займав четверте місце у рейтингу, але при цьому на 0,31 бали нижчий за значення найкращого регіону (Донецька область). Цей показник характеризує достатній рівень Харківського регіону з використання нових прийомів та методів маркетингу для просування продукції, проте порівняно зі світовим рівнем цього недостатньо, тобто необхідне стимулювання підприємств до використання новітніх прийомів та активізації вивчення закордонного досвіду.

Ще одним важливим показником, необхідним для забезпечення підвищення конкурентоспроможності підприємств Харківського регіону, є готовність керівників делегувати свої повноваження. Цей показник характеризує відкритість системи управління до передачі деяких рішень з управління підприємством на керівників нижчої ланки. Цей показник по Харківському регіону складав 3,72 бали, що на 0,11 бали нижче за середній показник по регіонах України за 2013 р., та займав восьме місце у загальному рейтингу по цьому показнику. Найкращий рівень готовності делегувати повноваження – у Сумському регіоні, який був оцінений у 3,98 бали, проте порівняно зі світовим рівнем це не досить високий показник. Харківський регіон характеризується середнім рівнем готовності до делегування повноважень з управління підприємством чи деяких процесів на підприємстві.

Висновки з цього дослідження. За сучасних умов підвищеної конкуренції та вимог до товаровиробників важливою перевагою є володіння знаннями з питань швидкої адаптації на міжнародному ринку. Серед головних критеріїв, за якими підприємство оцінюється як надійний конкурентоспроможний партнер, – природа конкурентної переваги, ширина ланцюжка доданої вартості, контроль міжнародної дистрибуції, рівень розвитку виробничих процесів, рівень маркетингу, готовність делегувати повноваження. Дані показники – головні критерії, за якими насамперед оцінюється підприємство, що виходить зі своєю продукцією на міжнародний ринок. Наведені та узагальнені у статті оцінки, інструментарій є підґрунтям для формування відповідної інформаційної основи для моніторингу виконання вимог та стандартів міжнародного ринку до ринкових можливостей машинобудівних підприємств.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Веретенникова Г.Б. Дослідження зовнішнього середовища як загрози економічній безпеці підприємства / Г.Б. Веретенникова // Бізнес Інформ. – 2012. – № 11. – С. 182–185.
2. Мазуренко В.П., Гойнік Ю.В. Методи аналізу привабливості міжнародних товарних ринків в умовах асиметрії інформації. / В.П. Мазуренко, Ю.В. Гойнік // Ефективна економіка. – 2012. – № 5 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=1144>.
3. Зінченко В.А. Управління конкурентною боротьбою підприємств на зовнішніх ринках : [монографія] / В.А. Зінченко. – Х. : ІНЖЕК, 2012. – 200 с.
4. Брюховецкая Н.Е. Анализ ведущих производителей легковых автомобилей на мировых рынках / Н.Е. Брюховецкая // Бізнес Інформ. – 2010. – № 8. – С. 119–124.
5. Бланк И.А. Инвестиционный менеджмент : [учебный курс] / И.А. Бланк. – К : Эльга, Ника-Центр, 2006. – 552 с.
6. Ястремська О.М. Стратегічне інвестування підприємств: шляхи активізації / О.М. Ястремська, Н.Л. Яблонська-Агу // Бізнес Інформ. – 2012. – № 12. – С. 218–220.
7. Лепейко Т.І. Обґрунтування технології формування інформаційного забезпечення функціонування та розвитку підприємства / Т.І. Лепейко, О.В. Мазоренко // Бізнес Інформ. – 2013. – № 6. – С. 356–360.
8. Машталір Я.П. Підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності машинобудівного підприємства / Я.П. Машталір // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – № 5. – Т. 1. – С. 136–139.
9. Прогнозування зовнішньої стійкості економіки України / Т.А. Тищук, Д.С. Покришка, Д.О. Махортих, О.В. Іванов. – К. : НІСД, 2013. – 30 с.
10. Кизим М.О. Можливості та загрози від членства України в СОТ для машинобудування в умовах співпраці з країнами ЄС і Митного союзу ЄврАзЕС / М.О. Кизим, А.Д. Олійник, І.Ю. Матюшенко [та ін.] // Бізнес Інформ. – 2014. – № 2. – С. 59–70.
11. Бала В.В. Практичний аспект формування механізму управління зовнішньоекономічною діяльністю на прикладі ПАТ «КВБЗ» / В.В. Бала // Ефективна економіка. – 2014. – № 5 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3091>.
12. Малихіна С.В. Міжнародна конкурентоспроможність як пріоритетний фактор розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств / С.В. Малихіна // Управління проектами, системний аналіз і логістика. – К. : НТУ – 2012. – Вип. 10 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&image_file_name=PDF/Upsal_2012_10_96.pdf.
13. Козак Ю.Г. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: сучасні особливості функціонування та аналізу розвитку : [монографія] / Ю.Г. Козак, Н.С. Логвинова, Т.В. Батанова ; Одеськ. нац. екон. ун-т. – Одеса, 2012. – 182 с.
14. Звіт про конкурентоспроможність регіонів України 2013 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://debaty.org/uploadfiles/ckfinder/files/reports/2013/FEG_report_2013_body_ukr_web.pdf.
15. Doing Business: Оценка бизнес-регулирувания [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://russian.doingbusiness.org/methodology>.
16. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
17. Інформація ДУ «Агентство з розвитку інфраструктури фондового ринку України» за 2012 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://smida.gov.ua/db/emitent/escrin/year/showform/144/3816>.
18. Топ-25 експортерів України: рейтингForbes [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://forbes.net.ua/ua/business/1384704-top-25-eksporteriv-ukrayini-renking-forbes#1>.
19. Топ-25 імпортерів України: рейтингForbes [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://forbes.net.ua/ua/business/1385239-top-25-importeriv-ukrayini-renking-forbes>.