

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра економіки, права та управління бізнесом

Допущено до захисту  
Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_  
(підпис)  
“ \_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**  
**на здобуття освітнього ступеня магістра**  
зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»  
за магістерською програмою професійного спрямування  
«Муніципальна економіка»

на тему: **«ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ  
ПІДПРИЄМСТВА (НА ПРИКЛАДІ КП ОДЕСМІСЬКЕЛЕКТРОТРАНС)»**

**Виконавець:**

студент 6 курсу 6 групи ФЕУП  
Запорожець Сергій Миколайович

\_\_\_\_\_  
(підпис)

**Науковий керівник:**

к.е.н., доцент  
Кічук Надія Вячеславівна

\_\_\_\_\_  
(підпис)

**Одеса 2020**

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП.....</b>	<b>3</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЕКОНОМІЧНОГО ОБҐРУНТУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА.....</b>	<b>5</b>
1.1. Сутність та значення стратегії розвитку підприємства.....	5
1.2. Методичний підхід до обґрунтування стратегії розвитку підприємства.....	13
1.3. Показники оцінки стратегії розвитку підприємства.....	22
<b>РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ПОТОЧНОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ КП «ОДЕСМІСЬКЕЛЕКТРОТРАНС».....</b>	<b>32</b>
2.1. Організаційна характеристика КП «Одесміськелектротранс»...	32
2.2. Фінансово-економічний аналіз господарської діяльності КП «Одесміськелектротранс».....	40
2.3. Оцінка стратегії розвитку КП «Одесміськелектротранс».....	49
<b>РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ КП «ОДЕСМІСЬКЕЛЕКТРОТРАНС».....</b>	<b>59</b>
3.1. Розробка стратегії розвитку КП «Одесміськелектротранс».....	59
3.12. Економічне обґрунтування плану заходів щодо формування стратегії розвитку КП «Одесміськелектротранс».....	67
<b>ВИСНОВКИ.....</b>	<b>77</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>81</b>
<b>ДОДАТКИ.....</b>	<b>88</b>

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Актуальність теми обумовлена високим рівнем динамічності та невизначеності зовнішнього середовища. До того ж ряд негативних чинників, а саме: політико-економічна нестабільність, девальвація національної валюти, ведення військових дій на східній території України, а також коронакриза породжують ряд ризиків у зовнішньому середовищі. Такі умови створюють складнощі для функціонування вітчизняних підприємств, велика кількість з яких мають ряд невирішених проблем внутрішнього характеру. У таких умовах для успішного функціонування та розвитку підприємствам необхідна розробка стратегії розвитку.

Методологічним фундаментом здійснення дослідження за обраною темою є праці вітчизняних та зарубіжних науковців. Зокрема, у процесі виконання даного дослідження будуть використані матеріали праць таких вчених: Артеменко Л.П., Баланович А.М., Бельтюков Є.А., Березін О.В., Богацька Н.М., Виханский О.С., Власенко В.А., Дикань В.Л., Жихарєва В.В., Зуб А. Т., Карлоф Б., Касьянова Н.В., Котлер Ф., Крочак М.С., Лифар, В. В., Максименко Д.В., Олійник Л.В., Пузанова Т.В., Савченко Ю.Т., Тесленок І.М., Тур О.В., Хоменко О.І. та інші. Незважаючи на досить широкий доробок наукових праць з даної теми вона залишається досить актуальною і сьогодні.

**Мета роботи** – розглянути теоретико-методологічні підходи та практичні аспекти розробки стратегії розвитку на прикладі КП «Одесміськелектротранс» та розробити рекомендації щодо її удосконалення.

Виходячи з мети дослідження, в роботі поставлені наступні конкретні **завдання**:

- дослідити сутність та значення стратегії розвитку підприємства;
- розглянути методичний підхід до обґрунтування стратегії розвитку підприємства;
- визначити показники оцінки стратегії розвитку підприємства;
- надати організаційну характеристику КП «Одесміськелектротранс»;

- провести фінансово-економічний аналіз господарської діяльності КП «Одесміськеелектротранс»;
- здійснити оцінку стратегії розвитку КП «Одесміськеелектротранс»;
- розробити стратегію розвитку КП «Одесміськеелектротранс»;
- виконати економічне обґрунтування плану заходів щодо формування стратегії розвитку КП «Одесміськеелектротранс».

**Об'єктом дослідження** є процес розробки стратегії розвитку КП «Одесміськеелектротранс».

**Предметом дослідження** є особливості розробки стратегії розвитку підприємства.

Вирішення поставлених у дослідженні завдань здійснено з використанням сучасних загальнонаукових та спеціальних методів: системного підходу – для з'ясування та уточнення сутності поняття «стратегія»; аналізу та синтезу, індукції та дедукції – для деталізації і уточнення предмету дослідження; коефіцієнтного методу – для визначення ефективності функціонування підприємства; табличний – для ілюстрації результатів дослідження.

**Інформаційну базу дослідження** становлять фінансова звітність підприємства за 2017-2019 рр., законодавчі та нормативні акти, статистичні дані, навчальні посібники, матеріали науково-практичних конференцій, монографії та науково-аналітичні статті вітчизняних та зарубіжних авторів з питання розробки стратегії розвитку підприємства, ресурси мережі Інтернет.

**Структура та обсяг роботи.** Кваліфікаційна робота магістра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (76 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 87 сторінок. Основний зміст викладено на 80 сторінках. Робота містить 16 таблиць, 21 рисунок.

**Публікації.** За результатними досліджень 1 наукова стаття подана до друку: Методичний підхід до обґрунтування стратегії розвитку підприємства // Науковий вісник Одеського національного економічного університету. Науки: економіка, політологія, історія».

## ВИСНОВКИ

За результатами виконаної випускної кваліфікаційної роботи доцільно зробити наступні висновки.

1. Досліджено сутність та значення стратегії розвитку підприємства. Встановлено, що наявність стратегії розвитку підприємства є невід'ємною умовою його успіху на внутрішньому чи зовнішньому ринках. У загальному під стратегією розвитку підприємства слід розуміти деталізований план дій, своєчасна та успішна реалізація яких забезпечить підприємству планомірний ріст шляхом досягнення поставлених цілей у довгостроковій перспективі. Стратегія направляє усю діяльність підприємства на досягнення головної мети. Вона служить орієнтиром для подальшого існування підприємства на ринку. Без чітко визначеної стратегії розвитку підприємства приречені на провал. Одночасно її обґрунтування й затвердження здійснюється виключно вищим ешелonom управлінців підприємства та вимагає безперечних компетенцій у даній сфері.

2. Розглянуто методичний підхід до обґрунтування стратегії розвитку підприємства. З'ясовано, що існує безліч методів обґрунтування стратегії розвитку підприємства. У кожному окремому випадку необхідний диференційований підхід, аналіз специфіки галузі й цільового споживача. Керівники підприємства повинні добре знати переваги та недоліки різних методів обґрунтування стратегії розвитку підприємства, вміти використовувати і комбінувати їх, а також збагачувати арсенал методів власними розробками. Безпосередньо процес обґрунтування стратегії розвитку підприємства необхідно здійснювати за допомогою виконання послідовних етапів. Нами запропоновано виконання таких етапів: формулювання місії підприємства, вивчення стану зовнішнього середовища та ступеня його впливу на діяльність досліджуваного підприємства, оцінка сильних і слабких сторін діяльності підприємства та його конкурентоспроможності, розробка стратегічних альтернатив розвитку підприємства та вибір найбільш оптимальної із них, впровадження заходів,

спрямованих на реалізацію обраного варіанту стратегії, моніторинг ходу реалізації стратегії та її коригування в разі необхідності, а також формування системи стратегічних цілей розвитку підприємства.

### 3. Визначено показники оцінки стратегії розвитку підприємства

як свідчать проведенні дослідження, для оцінки стратегії розвитку підприємства для більшості методів характерною є наявність недоліків. Для оцінювання рівня розвитку сучасних вітчизняних підприємств, на нашу думку, найоптимальнішим є метод оцінки стратегії розвитку підприємства за допомогою інтегрального показника. Здійснювати необхідні розрахунки можна за допомогою системи збалансованих показників, яка дозволяє оцінити одразу 4 основні сфери бізнесу: фінанси, маркетинг, навчання та розвиток, а також внутрішні бізнес-процеси. Застосування саме цього методу визначення ефективності стратегії розвитку підприємства дозволить найбільш повно діагностувати стан розвитку на основі сукупності індикаторів для складових ресурсів підприємства, продуктивності та економічної ефективності, зіставити розрахункові показники з пороговими значеннями, комплексно оцінити рівень розвитку підприємства з метою визначення прийняття подальших управлінських рішень.

4. Надано організаційну характеристику КП «Одесміськелектротранс», яке є підприємством з важливим стратегічним значенням для м. Одеса. Оскільки воно створене з метою перевезень громадян електричним транспортом. Досліджуване підприємство знаходиться у комунальній власності Одеської міської ради, трудовий колектив працівників нараховує 2057 осіб. У перспективі не передбачається зростання кількості працівників. Організаційна структура управління є лінійно-функціональною, виконавчим органом управління є директор.

5. Проведено фінансово-економічний аналіз господарської діяльності КП «Одесміськелектротранс». У ході проведеного аналізу встановлено, що протягом 2017-2019 рр. КП «Одесміськелектротранс» проводило діяльність по оновленню автопарку. Головною проблемою підприємства з отримання збитків

від операційної діяльності, які у 2019 р. склали майже 11 млн. грн. З позитивного слід відмітити те, що досліджуване підприємство лише у 2019 р. змогло вийти на загальний прибутковий рівень та отримати 35 млн. грн. чистого прибутку. Зазначене було забезпечене отриманням інших фінансових доходів, що не є його основною діяльністю. На даному етапі для КП «Одесміськелектротранс» найбільш важливо домогтися отримання прибутків від надання основних послуг, тобто перевезення пасажирів. Саме у цьому вбачаються головні проблеми досліджуваного підприємства.

6. Здійснено оцінку стратегії розвитку КП «Одесміськелектротранс». На основі проведеної оцінки можемо констатувати, що наявна стратегія розвитку КП «Одесміськелектротранс» не забезпечує його досягнення поставлених цілей. За допомогою її оцінки на основі системи збалансованих показників встановлено, що стратегія розвитку знаходиться на обмежувального рівні. Комплексне інтегральне значення стратегії розвитку КП «Одесміськелектротранс» свого максимуму досягло у 2019 р. із значенням 0,3, що на 0,01 та 0,03 більше за 2017-2018 рр. Незважаючи на деяке покращення, даний показник має низьке значення. КП «Одесміськелектротранс» має проблеми у всіх ключових сферах, а саме: фінансах, маркетингу, навчанні та розвитку, а також внутрішніх бізнес-процесах. КП «Одесміськелектротранс» необхідно розробити дієву стратегію подальшого розвитку, яка включатиме низку заходів направлених на поліпшення своєї діяльності.

7. Розроблено стратегію розвитку КП «Одесміськелектротранс». З урахуванням стану зовнішнього та внутрішнього середовища для КП «Одесміськелектротранс» необхідний вибір стратегії розвитку. Для підприємства важливо використовувати усі можливості, які виникають у зовнішньому середовищі з метою ліквідації його слабких сторін. Нова стратегія розвитку КП «Одесміськелектротранс» повинна переслідувати такі цілі: збільшити виручку від реалізації квитків на 30 %, підвищити прибуток на 25 %, зменшити залежність від дотацій та субвенцій, а також поліпшення якості й підвищення рівня обслуговування для повного задоволення клієнтів. У рамках

ключових заходів стратегії розвитку КП «Одесміськеелектротранс» нами пропонується впровадити: повномасштабне впровадження автоматизованої системи оплати проїзду, надання можливості споживачам транспортних послуг обирати різні засоби оплати праці, впровадити сучасну автоматизовану систему для розробки маршрутів транспорту та графіків роботи водіїв, купівля нових тролейбусів та трамваїв завдяки додатковим коштам з ЄБРР, відкриття на базі КП «Одесміськеелектротранс» СТО для обслуговування автомобілів приватного сектору, систематична оцінка якостей та навиків водіїв що дозволить зменшити рівень участі їх у ДТП. Вважаємо, що сам комплекс зазначених заходів дозволить досягти поставлених цілей.

8. Здійснено економічне обґрунтування плану заходів щодо формування стратегії розвитку КП «Одесміськеелектротранс». На основі проведеного ряду розрахунків встановлено, що для організації СТО при КП «Одесміськеелектротранс» необхідні капітальні вкладення у розмірі 2129,258 тис. грн. при цьому 998,39 тис. грн. будуть направлені на ремонт приміщення, закупку обладнання тощо. Окупиться СТО та почне приносити стабільні прибутки КП «Одесміськеелектротранс» уже на другий рік. Проведений прогнозний розрахунок на 3 роки показав, що за цей період накопичений дисконтований ЧПІ складе трохи більше 2 млн. грн., а розмір прибутки перевищить 4 млн. грн. З огляду на проведені розрахунки можемо констатувати, що надані рекомендації щодо стратегії розвитку підприємства є економічно доцільними та можуть бути впровадженими КП «Одесміськеелектротранс».



## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Анн Х., Багиев Г.Л., Тарасевич В.М. Маркетинг: учебник. Київ: Лібра, 2013. 736 с.
2. Ансофф И. Стратегический менеджмент. Классическое издание. СПб.: «Питер», 2009. 344 с.
3. Артеменко Л.П. Наукові підходи до стратегічної ефективності підприємства. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва*. 2014. № 2(2). С. 115-119.
4. Баланович А.М. Теоретико-методичні засади формування стратегій розвитку підприємства. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер.: Економічні науки*. 2014. Вип. 8(2). С. 77-81.
5. Бельтюков Є.А. Конкурентна стратегія підприємства: сутність та формування на основі оцінки рівня конкурентоспроможності. *Економіка: реалії часу*. 2014. № 2. С. 6-13.
6. Березін О.В. Стратегія підприємства. Київ: Центр навчальної літератури, 2010. 220 с.
7. Богацька Н.М., Цинкобур Л.Р. Сучасні методики оцінки конкурентоспроможності підприємства. *Молодий вчений*. 2017. № 4. С. 599-603.
8. Брижань І.А., Чевганова В.Я. Порівняння методів оцінювання конкурентоспроможності підприємства. *Технологический аудит и резервы производства*. 2015. № 4(5). С. 10-15.
9. Бурмака М.М. Управління розвитком підприємства на прикладі підприємств будівельної галузі): монографія. Харків: ХНАДУ, 2011. 204 с.
10. Вайсман А. Стратегия маркетинга: 10 шагов к успеху. Стратегия менеджмента: 5 факторов успеха. Москва: Экономика, 1995. 195 с.
11. Василенко В.О. Стратегічне управління: навчальний посібник. Київ: ЦУЛ, 2003. 396 с.
12. Виханский О.С. Стратегічне управління. Москва: Гардарика, 1998. 296 с.

13. Власенко В.А. Розробка та реалізація стратегії розвитку підприємства в умовах трансформації ринкових відносин: принципові підходи та інструменти. *Економіка. Менеджмент. Підприємництво*. 2014. № 26(1). С. 32–41.
14. Гавкалова Н.Л., Власенко Т.А. Управління розвитком промислового підприємства в контексті зниження трансакційних витрат. *Вісник Національного технічного університету «ХПІ»*. Серія: *Технічний прогрес та ефективність виробництва*. 2014. № 64. С. 58-61.
15. Гаркуша О.Ю. Концептуальний підхід до формування механізму управління розвитком виноробного підприємства. *Вісник Херсонського державного університету*. 2014. Вип. 6. Ч. 2. С. 128-133.
16. Дей Д. Стратегический маркетинг. Москва: ЕКСМО-Пресс, 2002. 345 с.
17. Джон Міддлтон. Бібліотека вибраних праць про стратегію бізнесу. П'ятдесят найбільш впливових ідей всіх часів. Москва: ЗАТ «Олімп-Бізнес», 2006. 272 с.
18. Дикань В.Л. Стратегічне управління: навч. посіб.. Київ: ЦУЛ, 2013. 272 с.
19. Должанський І. З., Ягнюк І. М. Стратегія управління діяльністю підприємства на основі збалансованої системи показників: монографія. Донецьк: СПД Купріянов В. С., 2012. 213 с.
20. Дубодєлова А. Методи стратегічного аналізу бізнес-середовища підприємства. *Наука молода: зб. наук. праць молодих вчених ТНЕУ*. 2011. № 15-16. С. 344-349.
21. Дунда С.П. Теоретичні підходи до визначення поняття «розвиток підприємства». *Проблеми підвищення інфраструктури: зб. наук. пр.* 2011. Вип. 32. С. 70-75.
22. Жилінська Л.О. Теоретичні аспекти щодо управління розвитком підприємства. *Управління економікою: теорія та практика*. 2014. № 2014. С. 94-106.

23. Жихарева В.В., Савельєва Т.М. Формування стратегії розвитку підприємства в умовах невизначеності. *Економіка і суспільство*. 2017. № 9. С. 423-427.
24. Зайцев Л.Г. Стратегічний менеджмент: підручник. Москва: Економіст, 2002. 416 с.
25. Зуб А.Т. Стратегічний менеджмент: теорія і практика: навчальний посібник для вузів. Москва: Аспект Пресс, 2002. 415 с.
26. Зяйлик М., Вівчар О. Ефективність використання маркетингових стратегій. *Галицький економічний вісник*. 2011. № 2 (31). С. 166-173.
27. Іванов Ю.Б. Стратегія формування конкурентних переваг підприємства в умовах інтенсивної конкурентної боротьби. *Проблеми економіки*. Харків: Видавничий Дім «ІНЖЕК». 2012. № 4. С. 121-128.
28. Каплан Р. С., Нортон Д. П. Сбалансована система показателів. От стратегії к дійствию. Москва: Олимп-Бизнес, 2003. 304 с.
29. Карлоф Б. Деловая стратегия. Київ: Економіка, 2014. 239 с.
30. Касьянова Н.В. Управління розвитком підприємства на основі кумулятивного підходу: концепція, моделі та методи: монографія Донецьк: СПД Купріянов В.С. , 2011. 374 с.
31. Квятковська Л.А. Механізм оцінки маркетингової стратегії. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2011. № 4. Т. 2. С. 98-104.
32. Кіндрацька Г.І. Стратегічний менеджмент: навчальний посібник. Київ: Знання, 2010. 406 с.
33. Ковтун О. Стратегічні альтернативи для бізнесу та конкуренції в сучасній економіці. *Економіка України*. 2012. № 6. С. 54-65.
34. Ковтуненко К.В., Масленников Є.І., Кузнецов Е.А. Інноваційна економіка: теоретичні та практичні аспекти: монографія. Херсон: Грінь Д.С., 2017. 906 с.
35. Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Дж., Вонг В. Основи маркетингу. Москва: Вільямс, 2003. 1200 с.

36. Краснокутська Н.С., Кабанець І.А. Стратегічне управління: навчальний посібник для студентів економічних спеціальностей. Харків: НТУ «ХП», 2017. 460 с.
37. Крочак М.С. Формування стратегії розвитку промислових підприємств в умовах невизначеності. *Науковий вісник Мукачівського державного університету*. 2017. №1(7). С. 85-90.
38. Кушнер М.А., Карлина Е.П. Концептуальные основы управления развитием предприятия. *Вестник ЮУрГУ. Серия «Экономика и менеджмент»*. 2011. № 21 (238). С. 112-117.
39. Лазоренко Л.В. Роль стратегії в діяльності організації. *Науковий вісник Херсонського державного університету. (економічні науки)*. 2014. №9(1). Ч.1. С. 128-131.
40. Лифар В.В. Обґрунтування вибору маркетингової стратегії використання транзитного потенціалу регіону. *Економічний аналіз: зб. наук. праць Видавничо поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка»*. 2014. Том 16. № 1. С. 86-93.
41. Мазаракі А.А. Економіка торговельного підприємства: підручник для вузів. Київ: Хрещатик, 1999. 800 с.
42. Мак-Дональд М. Стратегическое планирование маркетинга. СПб.: «Питер», 2000. 276 с.
43. Македон В.В. Розробка стратегії розвитку промислового підприємства. *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності*. 2013. №.1(1). С. 369-373.
44. Максименко Д.В., Чекан Ю.Ю. Збалансована система показників у системі стратегічного управлінського обліку. *Науковий вісник Мукачівського державного університету. Економічні науки*. 2016. № 21(16). С. 209–215.
45. Максименко І. О. Деякі підходи до визначення рівня економічного розвитку підприємства. *Культура народів Причорномор'я*. 2009. № 161. С. 126–128.

46. Матішак Ю.І. Характеристика зв'язку поняття «розвиток підприємства» з іншими економічними категоріями. *Сучасні економічні системи: стан та перспективи: тези доп. VI Міжнародної наук.-практ. Інтернет-конф. (14–15 травня 2015 р.)*. Хмельницький: ХКТЕІ, 2015. С. 20–21.
47. Мельник Л.Г. Економіка підприємства: підручник. Суми: ВТД «Університетська книга», 2004. 648 с.
48. Мельник Ю.М., Савченко О.С. Проблеми застосування збалансованої системи показників на вітчизняних підприємствах. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2011. № 1. С. 192–203.
49. Мізюк Б.М. Стратегічне управління. Львів: Магнолія, 2007. 392 с.
50. Міщук Ю., Артеменко Л.П. Збалансована система показників промислового підприємства як інструмент виходу з кризи. *Теорія та практика менеджменту: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. Луцьк, 2016*. С. 158–159.
51. Муляр Т.С. Формування і реалізація стратегії підприємств. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки)*. 2013. № 2(6). С. 289-300.
52. Олійник Л.В., Кузнєцова А.П. Методологічні засади формування стратегії розвитку підприємства. *Економіка і організація управління*. № 3 (31). 2018. С. 118-126.
53. Офіційний веб-сайт КП «Одесміськелектротранс». URL: <https://oget.od.ua/> (дата звернення 14.10.2020).
54. Портер М. Стратегія конкуренції. Київ: Основа, 1997. 392 с.
55. Прийма Л.Р. Розвиток підприємства: сутність поняття. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2012. Вип. 22.10. С. 236-241.
56. Пузанова Т.В. Разработка стратегии развития торговой организации. URL: [http://www.bseu.by:8080/bitstream/edoc/76320/1/Denisenkova\\_M.V.\\_44\\_45.pdf](http://www.bseu.by:8080/bitstream/edoc/76320/1/Denisenkova_M.V._44_45.pdf) (дата звернення 14.11.2020).
57. Савченко Ю.Т. Формування стратегії розвитку машинобудівних підприємств у ланцюгу поставок. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Логістика*. 2014. № 811. С. 316- 324.

58. Саух І. Оцінка наукових підходів до трактування сутності стратегії підприємства та її змістовні характеристики. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2016. Вип. 1 (14). С. 145-151.
59. Світлична А.В., Калініченко М.С. Економічні інструменти управління розвитком підприємства. *Економічний форум*. 2018. №1. С. 233-23
60. Сидоренко Ю. В. Методологічні аспекти оцінки стійкого розвитку підприємств. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2011. № 33. С. 137–140.
61. Соколенко В.А., Бондаренко О.С. Сутність та види стратегії розвитку. *Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ". Харків: НТУ "ХПІ"*. 2015. № 53 (1162). С. 70-74.
62. Сторчова Т.В. Сутність та зміст стратегічного управління підприємством. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2016. № 6. С. 47-50.
63. Талавиря О.М. Теоретико-методологічні підходи економічного аналізу розвитку підприємства. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка»*. 2015. Вип. 1(2). С. 278-280.
64. Тесленок І.М. Алгоритм розробки стратегії розвитку малих підприємств. *Економічний простір*. 2017. № 122. С. 159-170.
65. Тогузаев Т.Х. Наукові аспекти поняття «стратегії розвитку підприємства». *Економічна теорія та інституційна економіка*. 2009. № 2 (24) С. 19-27.
66. Томпсон А.А., Стрікланд А.Дж. Стратегічний менеджмент. Москва: Видавничий дім «Вільямс», 2006. 928 с.
67. Тур О.В. Формування поняття стратегія розвитку підприємства. *Інтелект XXI*. 2015. № 4. С. 38-45.
68. Тюха І.В, Денисюк І.О. Стратегія розвитку у системі стратегій підприємства. *Економіка харчової промисловості*. № 3(19). 2013. С. 33-37.
69. Фещур Р.В., Самуляк В.Ю. Групи показників (індикаторів) оцінювання рівня розвитку підприємств. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2010. № 691. С. 231-238.

70. Хасси Д. Стратегия и планирование: путеводитель менеджера. СПб.: Питер, 2001. 378 с.
71. Хацер М.В. Стратегія розвитку підприємства в умовах нестабільності економіки держави. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки)*. 2014. № 3. С. 109-112.
72. Хоменко О.І. Види стратегій та інструментарій формування стратегії розвитку підприємства. *Управління розвитком*. 2015. № 3. С. 131-137.
73. Цопа Н.В., Галушко Е.С., Галушко С.А. Формирование стратегии управления развитием строительного предприятия. *Культура народов Причерноморья*. 2013. № 260. С. 355-360.
74. Шишкова Е.А. Способы оценки эффективности реализации стратегии развития компании. *Экономический журнал*. 2012. № 26. С. 111–117.
75. Dave Logan, Halee Fischer-Wright. Micro strategies: The key to successful planning in uncertain times. *Leader to Leader*. 2009, № 54. P. 45-52.
76. Shenderivska L., Guk O. Enterprises development: management model. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2018. Vol. 4. No. 1. Pp. 334-344.