

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра Економіки підприємства та організації підприємницької діяльності
(найменування кафедри)

Допущено до захисту

Завідувач кафедри

Семенова В.Г.

_____ (підпис)

“ ” _____ 2020 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня магістра

зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

(шифр та найменування спеціальності)

за магістерською програмою професійного спрямування

«Економіка та стратегія розвитку підприємства»

(назва магістерської програми)

на тему: «Формування елементів стратегії підвищення
конкурентоспроможності підприємства»

(назва теми)

Виконавець:

студент факультету економіки та управління
підприємництвом

Балахніна Анастасія Олегівна _____
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Науковий керівник:

к.е.н, доцент
(науковий ступінь, вчене звання)

Грінченко Раїса Володимирівна _____
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра економіки підприємства
та організації підприємницької діяльності

КОМПЛЕКСНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

з теми:

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ
ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ
УМОВАХ
(НА ПРИКЛАДІ ТОВ «ТЕЛЕКАРТ-ПРИЛАД»)

Науковий керівник комплексної кваліфікаційної
роботи к.е.н., доцент, Грінченко Раїса Володимирівна
(вчена ступінь, посада, П.І.Б.)

Розділ: формування елементів стратегії підвищення
конкурентоспроможності підприємства

Виконавець _____ Балахніна Анастасія Олегівна _____
(П.І.Б. студента)

Наук. керівник к.е.н., доцент,
Грінченко Раїса Володимирівна
(вчений ступінь, посада, П.І.Б.)

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИБОРУ СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА..	8
1.1. Поняття «стратегія» та "стратегія підвищення конкурентоспроможності підприємства", їх значення.....	8
1.2. Аналіз та класифікація стратегій підвищення конкурентоспроможності підприємства.....	.11
1.3. Формування елементів стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства.....	21
РОЗДІЛ II. АНАЛІЗ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «ТЕЛЕКАРТ-ПРИЛАД».....	29
2.1. Опис та характеристика діяльності ТОВ «Телекарт-Прилад».....	29
2.2 Характеристика зовнішнього середовища діяльності ТОВ «Телекарт-Прилад».....	33
2.3. Оцінка основних техніко-економічних показників підприємства ТОВ «Телекарт-Прилад».....	40
2.4. Аналіз показників конкурентоспроможності підприємства ТОВ «Телекарт-Прилад»	54
РОЗДІЛ III. ФОРМУВАННЯ ЕЛЕМЕНТІВ СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОВ «ТЕЛЕКАРТ-ПРИЛАД»	81
3.1. Формування елементів стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства ТОВ «Телекарт-Прилад».....	81
ВИСНОВКИ	97
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	101

ВСТУП

Обґрунтування актуальності обраної теми. У разі відсутності розробленої стратегії підвищення конкурентоспроможності у підприємств виникають складності практично на кожному кроці. Темп змін у сучасних умовах пояснює актуальність стратегічного планування основних напрямків підвищення конкурентоспроможності для прогнозування проблем у майбутньому і визначення можливостей підприємств. Звідси виникає висока потреба підприємств у розробці основних напрямів. Головною умовою підвищення конкурентоспроможності підприємства є формування стратегії його розвитку. Актуальність обраної теми визначається необхідністю вивчення господарської діяльності підприємств з метою виявлення найбільш економічно ефективних і прогресивних стратегій підвищення конкурентоспроможності підприємств та її вплив на кінцеві результати діяльності організації в сучасних умовах.

Науковими дослідженнями за даною тематикою займалися багато видатних вітчизняних і зарубіжних вчених, таких як: І. Ансофф, Майкл Е. Портер, А.А. Томпсон, А.Дж.Стрікленд, Ф. Котлер, Г. Армстронг, Дж. Сондерс, В. Вонг, О.С. Віханський, Р. Мінцберг, А. Юданов, М. Трейсі та Ф. Віерсма та ін.

Постановка мети і конкретних задач дослідження.

Мета кваліфікаційної роботи магістра полягає в обґрунтуванні теоретичних аспектів та розробці практичних рекомендацій щодо формування елементів стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі **завдання**:

- дослідити теоретичні аспекти поняття «стратегія» та «стратегія підвищення конкурентоспроможності підприємства»;
- проаналізувати та класифікувати стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства;

- визначити та систематизувати методи оцінки конкурентоспроможності підприємства;
- виявити етапи формування елементів стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства;
- охарактеризувати діяльність ТОВ «Телекарт-Прилад»;
- проаналізувати зовнішнє середовище функціонування підприємства ТОВ «Телекарт-Прилад»
- розрахувати основні техніко-економічні показники ТОВ «Телекарт-Прилад»;
- здійснити аналіз показників конкурентоспроможності підприємства;
- сформувати елементи стратегії конкурентоспроможності підприємства ТОВ «Телекарт-Прилад».

Визначення об'єкта і предмета дослідження.

Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи є процеси формування елементів стратегії підвищення конкурентоспроможності на основі якої здійснюється практична діяльність ТОВ «Телекарт- Прилад».

Предметом дослідження є теоретичні та практичні аспекти формування елементів стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства ТОВ «Телекарт-Прилад».

Методи дослідження. Для вирішення поставлених завдань у роботі використовувалися загальнонаукові і спеціальні методи пізнання: теоретичний аналіз літературних джерел, аналіз та синтез, порівняння, систематизація, прогнозування, графічний метод, табличний метод, метод експертних оцінок, методи економічного та статистичного аналізу, економіко-математичне моделювання, тощо. Для виконання розрахунків використано інструментарій Microsoft Excel та STATISTICA.

Інформаційна база дослідження: у роботі використовувалися матеріали наукових конференцій, аналітичні огляди стану ринку промисловості, статистичні та довідкові матеріали, законодавча база України, спеціальна література, ресурси мережі інтернет, дані статистичної звітності

Державної служби статистики України, а також фактичні дані обліку та звітності підприємства ТОВ «Телекарт-Прилад», публікації періодичної преси, матеріали наукових досліджень, представлених у вигляді статей та монографій.

Наукова новизна полягає у систематизації та узагальненні теоретичних аспектів та формування практичних рекомендацій щодо методики формування елементів стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства, яка враховує особливості господарської діяльності промислових підприємств, що має на меті спростити процедуру прийняття управлінських рішень, щодо формування елементів стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Апробація результатів роботи полягає в тому, що теоретичні висновки та узагальнення, зроблені у роботі, можуть бути використані у процесі підвищення конкурентоспроможності ТОВ «Телекарт-Прилад».

За результатами дослідження по темі кваліфікаційної роботи були опубліковані статті у Науковому віснику студентських статей ФЕУП з тем:

1. «Теоретичні засади конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах». Випуск 27. 2017 рік.
2. «Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства». Випуск 29. 2018 рік.
3. «Теоретичні засади вибору стратегії конкурентоспроможності підприємства у сучасних умовах». Випуск 31. 2019 рік.
4. «Аналіз та класифікація конкурентних стратегій». Випуск 32. 2020 рік.
5. «Фактори, що впливають на формування стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства». Випуск 33. 2020 рік

Публікація тез у II Міжнародній науково-практичній конференції «Підприємницька модель економіки та управління розвитком підприємства» з теми: «Формування стратегії конкурентоспроможності промислових підприємств у сучасних умовах». 2019 рік. С. 27-29.

Публікація тез у конференції «Європейський вектор модернізації економіки: креативність, прозорість та сталий розвиток» з теми: «Кореляційно-регресійний аналіз як спосіб прогнозування економічного розвитку підприємства». 2020 рік. С.134-139

Публікація тез у конференції у ІХ Міжнародної науково-практичної конференції «Економіка підприємства: сучасні проблеми теорії та практики» на тему: «Роль стратегічного планування в підвищенні конкурентоспроможності промислових підприємств». 2020 рік. С.17-19

Участь у Всеукраїнському конкурсі студентських наукових робіт з галузей знань і спеціальностей «Підприємництво», 10 квітня 2018/2019 н.р., Державний університет «Житомирська політехніка», м. Житомир.

Переможець Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт у 2019/2020 н.р. зі спеціалізації «Економіка підприємства», 2-3 квітня 2020 року, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, м.Київ.

Обсяг і структура роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (52 найменування). Загальний обсяг роботи становить 105 сторінок комп'ютерного тексту, містить 30 таблиць та 21 рисунок.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило виділити такі основні висновки щодо формування елементів стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства:

1. Визначено, що головною умовою підвищення конкурентоспроможності підприємства є формування стратегії його розвитку. Однією з ключових складових стратегічного управління є стратегія. Конкретного визначення терміна «стратегія» не існує, так як аналіз літератури зі стратегічного управління показує, що думки авторів до розуміння «стратегії» є неоднозначними. Незважаючи на різні підходи і різні бачення визначення стратегії, головним є те, що стратегія – це завжди орієнтація компанії на перспективу, досягнення головних цілей розвитку і заходи щодо їх реалізації.

Узагальнюючи наведені визначення, можемо зробити висновок, що стратегія – це упорядкована в часі система пріоритетних напрямків діяльності підприємства, головною метою якої є економічно ефективно вирішення поставлених завдань і підтримка конкурентних переваг. Визначення поняття стратегії конкурентоспроможності об'єднує одна спільна мета — оптимізація діяльності підприємств стосовно інших на ринку. Та на даний час досягти цього стає усе важче, оскільки конкуренція на ринках продовжує посилюватись.

Отже, стратегія підвищення конкурентоспроможності підприємства - це прагнення підприємства зайняти конкурентну ринкову позицію в галузі. Стратегія підвищення конкурентоспроможності підприємства спрямована на те, щоб домогтися стійкої і вигідної позиції, що дозволяє підприємству протистояти натиску тих сил, які визначають конкурентну боротьбу в галузі.

2. Досліджено, що досягти стабільного успіху можуть тільки ті підприємства, які використовують ефективні стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства. Успішна стратегія підвищення конкурентоспроможності підприємства - це тривала вигода застосування

деякої унікальної, що створює споживчу цінність, заснованої на унікальній комбінації внутрішніх ресурсів і здібностей, які не можуть бути скопійовані твоїми конкурентами.

В результаті аналізу та класифікації стратегій підвищення конкурентоспроможності підприємства, незважаючи на їх відносну «давність», вони залишаються актуальними й у період швидких економічних змін та глобальних перетворень. Головний критерій вибору стратегії - адаптація своїх можливостей до конкретних умов ринку. І в цьому сенсі базові стратегії конкуренції є принциповою, загальноекономічною основою, на якій будуються практичні дії конкурентів. Своєчасно створена і застосована стратегія підвищення конкурентоспроможності підприємства є ефективним інструментом розвитку і господарської діяльності будь-якого підприємства.

3. Проаналізовані та узагальнені основні етапи формування елементів стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства. Стратегія підвищення конкурентоспроможності є хорошим інструментом в руках керівництва, оскільки дозволяє вирішити цілий ряд завдань і проблем, з якими стикається підприємство. По-перше, отриманий в ході формування стратегії аналітичний матеріал дозволить керівництву побачити ситуацію на ринку, становище підприємства на ньому. По-друге, аналізуючи діяльність підприємства в минулих періодах, підприємство може постійно покращувати і розширювати свою сферу діяльності, адекватно реагувати на ринкові зміни, зміцнювати свої ринкові позиції і завойовувати нові ринки збуту.

4. Проведено аналіз діяльності підприємства ТОВ «Телекарт-Прилад». ТОВ «Телекарт-Прилад» є однією з провідних компаній України у сфері приладобудування. Сьогодні підприємство — це потужна компанія, що динамічна розвивається. Компанія має величезний досвід роботи у сфері комунікацій, впроваджуючи нові технології, підприємство прагне до максимальної продуктивності і задоволення запитів найвимогливіших замовників.

5. Проаналізовано зовнішнє середовище діяльності ТОВ «Телекарт-Прилад» та галузь приладобудування. Приладобудування є високотехнологічною та найбільш наукомісткою галуззю машинобудування, що спеціалізується на виробництві засобів виміру, аналізу, обробки і представлення інформації, автоматичних та автоматизованих систем управління, а також пристроїв регулювання. ТОВ «Телекарт-Прилад» є досить конкурентоздатним на ринку України та ближнього зарубіжжя, маючи надійну базу постачальників та споживачів, а також ведучи успішну конкурентну боротьбу.

6. Проведено оцінку основних техніко-економічних показників підприємства ТОВ «Телекарт-Прилад». За період 2015 - 2019 рр. ТОВ «Телекарт-Прилад» демонструє позитивну динаміку розвитку. Головною метою ТОВ «Телекарт-Прилад» є збільшення прибутку, тому аналіз фінансових результатів діяльності підприємства має дуже важливе значення.

З проведених аналізів видно, що протягом аналізованого періоду підприємство досить швидкими темпами почало отримувати чистий прибуток. Серед позитивних змін: темп приросту чистого прибутку склав 2840,18% у 2019 році в порівнянні з 2015 роком; зріс коефіцієнт абсолютної ліквідності на 109,76%; збільшився чистий оборотний капітал на 259,15%; зріс коефіцієнт маневреності власного капіталу на 379,5%, рентабельність продаж зросла на 273,09% та знизилась витрати на 1 грн продукції на 20,21%.

7. Проаналізовано показники конкурентоспроможності. Для аналізу використано SWOT-аналіз, метод експертних оцінок, метод побудови «гіпотетичного многокутника конкурентоспроможності», метод, заснований на теорії ефективної конкуренції, прогнозування та факторний аналіз. Провівши аналіз, можна стверджувати, що ТОВ «Телекарт-Прилад» займає вигідне конкурентне положення, і конкурентна стратегія підприємства забезпечує підвищення конкурентоспроможності підприємства.

8. Сформовано елементи стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства ТОВ «Телекарт-Прилад». Стратегію ТОВ «Телекарт-Прилад»

можна сформулювати як ринкового послідовника, що займає сприятливу позицію на ринку та орієнтовану на диференціацію на основі таких конкурентних переваг як висока якість та унікальність продукції, широкий асортимент, низькі ціни.

Запропоновано заходи щодо глибокого проникнення на ринок, що дозволять мінімізувати витрати підприємства ТОВ «Телекарт-Прилад» та отримати додатковий прибуток в умовах значної конкуренції та нестабільного оточення. Також запропоновані заходи дозволять збільшити частку ринку, а саме: удосконалення рекламної підтримки, участь у виставках «DEFEXPO-2021» та «Зброя та безпека – 2021» та розміщення реклами у каталозі, диверсифікація та продаж нового товару на нових ринках. Виробництво і ефективний збут конкурентоспроможної продукції - узагальнюючий показник життєздатності підприємства, його вміння ефективно використовувати свій виробничий, науково-технічний, трудовий, фінансовий потенціал.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Ансофф І. Стратегічне управління. – Москва: Економіка, 2009. С. 563
2. Борисова Т. М. Конкурентна стратегія на міжнародному ринку: сутність, основні характеристики та види. Вісник Хмельницького національного університету. № 12. 2017. С. 156-160
3. Виханский О. С. Стратегічне управління: навчальний посібник / О.С. Виханский - Гардарика, 1998. С. 296
4. Гевко О.Б., Шведа Н.М. Стратегічне управління: навчальний посібник. Тернопіль, 2016. 152 с.
5. Грінченко Р.В. Аналіз компонент середовища функціонування підприємства// Науковий вісник МГУ. Серія: Економіка і менеджмент. – Одеса. – 2017. – Випуск 27. – Частина 2. – С. 9-12.
6. Державна служба статистики України URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
7. Доможилкина Ж. В. Разработка конкурентной стратегии предприятий АПК. Интерактивная наука. 2018. Вип. 2. С. 139–142.
8. Економіка підприємства: підручник. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. 670 с.
9. Економічна стратегія фірми : учеб. пособие / под ред. А. П. Градова. СПб. : Спец. література, 1999. 589 с
10. Економічна енциклопедія : у 3 томах / [голов. редкол. : Мочерний С. В. (відп. ред.) та ін.]. – К. : Видавничий центр "Академія", 2002 – Т. 3. – 2002. – 952 с.
11. Етимологічний словник української мови (у 7 томах)/ Під ред. О. С. Мельничука, В. Т. Коломійця, О.Б. Ткаченко. – Київ: «Наукова думка», 1985. 570 с.
12. Єгупов Ю. А., Литвинова В. А. Оцінка порівняльної ефективності шляхів підвищення конкурентоспроможності продукції // Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: монографія /. – Одеса: ПАЛЬМІРА, 2013. – С. 141-159.

13. Кашуба Я.М. Вибір методів та підходів стратегічного управління розвитком підприємництва. Економіка та держава. №9.2014. С. 166
14. Киндрат А.Г., Волощак Р.П. Управление конкурентоспособностью. — М: Экономика, 2002.
15. Колот Р.А., Хрущ П.З., Хойер Дж.В. Стратегии развития конкурентоспособности. — М: ПКИ, 2000.
16. Конкурентоспроможність підприємства : оцінка рівня та напрямки підвищення : моногр. / В. Г. Семенова, М. В. Обертайло [та ін.] ; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. О. Г. Янкового. – О. : Атлант, 2013. – 470 с.
17. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс. Пер. с англ. / Ф. Котлер. - М. :Издательский дом «Вильямс», 2017. — 656 с
18. Котлер Філіп, Армстронг Гарі, Сондерс Джон, Вонг Вероніка. Основы маркетингу – Москва: Вільямс, 2006. С. 944
19. Кошельок Г.В. Основні методи оцінки конкурентоспроможності підприємства // Кошельок Г.В., Малишко В.С. // Економіка підприємства: сучасні проблеми теорії та практики: матеріали п'ятої Міжнар. наук.-практ. конф. 22-23 вересня 2017 р. – Одеса, Атлант, 2017. –С. 34-36.
20. Кузьмук П.П. Конкурентоспособность предприятий: теория и практика. — М.:ПКИ, 2000.
21. Литвинова В. А. Формирование системы факторных показателей для оценки конкурентоспособности электрических водонагревателей на региональном рынке // Інноваційна економіка. – 2015. – №4 (59). – С. 141–145.
22. Матрехин К.К., Грачев В.И. Конкурент менеджмент. — М: ПКИ, 1995.
23. Матрехин К.К., Грачев В.И. Управление международной конкурентоспособностью. — М: Экономика, 2003.
24. Мінцберг Г., Куїнн Дж. Б., Гошал С. Стратегічний процес / Пер. з англ. під ред. Ю.Н. Каптуревського. – Санкт-Петербург: Пітер. 2001. С. 688
25. Могилова А. Ю. Концептуальні підходи до визначення стратегії підприємства. Збірник наукових праць ЧДТУ. Економічні науки. №30, ч. 1. 2016. С. 139–144

26. Орленко О. М. Забезпечення конкурентоспроможності промислових підприємств на основі підвищення продуктивності праці /І. М. Танасюк, О. М. Орленко // Теоретичні, методологічні та практичні аспекти конкурентоспроможності підприємств: Монографія// За заг. ред. д-ра екон. наук, проф. О.Г. Янкового. – Одеса, Атлант, 2017. -514с., С.199-215.
27. Офіційний сайт ТОВ «Телекарт-прилад» URL: <http://telecard.odessa.ua/ru/>
28. Портер Е.М. Конкурентна стратегія: Методика аналізу галузей і конкурентів. - Москва: Альпіна Бізнес Букс. 2005. С. 454
29. Приладобудування: Вікіпедія – вільна енциклопедія URL: <https://uk.wikipedia.org>
30. Пудичева Г.О., Цуркан С.М., Малишко В.С. // Теоретичні, методологічні та практичні аспекти конкурентоспроможності підприємств : монографія. [За заг. ред. проф. О.Г. Янкового]. – Одеса, Атлант, 2017. – С. 191-198.
31. Репин О.О, Репин Л.З., Шухевич О.В. Конкурентоспособность: основные аспекты.— М: Экономика, 2003.
32. Савцова, А. В. Финансовая стратегия предприятия: формирование и реализация: коллективная: монография. Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2016. 156 с.
33. Семенова В. Г. Використання економіко-математичних методів у дослідженні ефективності управління інтелектуальною власністю підприємств / В. Г. Семенова // Проблеми економіки : наук. журн. – 2015. – № 3. – С. 336-341.
34. Семенова В. Г. Особливості фінансового забезпечення інноваційної діяльності промислових підприємств в Україні / В. Г. Семенова // Інноваційна економіка : наук.-вироб. журн. – 2017. – №1-2 (67). – С. 13–18.
35. Скиба Г. І. Конкурентоспроможність як категорія і як властивість підприємства, що функціонує в умовах ринкової економіки. Облік і фінанси, 2012. № 1. С. 135-138.

36. Стратегічний маркетинг як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства. URL: <http://www.zn.kiev.ua>
37. Сухорська-Кравець У.Р. Маркетингові стратегії підприємства: Автореф. дис. канд. екон. наук: 08.06.01 / НУ «Львівська політехніка». — Львів, 2004.
38. Теоретичні, методологічні та практичні аспекти конкурентоспроможності підприємств: монографія / За заг. ред. д-ра екон. наук, проф. О.Г. Янкового. — Одеса: Атлант, 2017. — 514 с.
39. Томпсон А.А. Стратегічний менеджмент / А.А. Томпсон, А.Дж. Стрікленд. ; пер. з англ. А.Р. Ганцева, В.Ю. Дроздова, А.Г. Завади, Т.В. Клекотів, Е.В. Кондуковой, К.Д. Сафонова, І.В. Тарасюк. - Москва: Видавничий дім «Вільямс». 2006. С. 928
40. Федоренко, Д. А. Факторы, определяющие конкурентную стратегию торговых организаций. Молодой ученый. 2019. Вып. 48 (286). 414-416 с. URL: <https://moluch.ru/archive/286/64489/> (дата обращения: 30.09.2020)
41. Чорна М. В. Управління конкурентними перевагами підприємства: вітчизняний та світовий досвід: монографія. / М.В. Чорна, Блохіна О.М. — Х.: Лідер, 2015р. — 196 с.
42. Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика : навчальний посібник / А.Ю. Юданов. — ГНОМ, 2001. С. 304
43. Янковий О.Г. Латентні ознаки в економіці [Монографія]. — Одеса, Атлант, 2015. -168 с.
44. Янковий О.Г. Оцінка синергетичного ефекту виробничо-фінансових систем на основі детермінованих моделей // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право : Науковий журнал. — 2014. — № 1 (72). С. 189-199.
45. Янковий О.Г. Оцінка пріоритетності інвестиційних проектів // Зовнішня торгівля : економіка, фінанси, право. — 2013. — № 1. — С. 19
46. Януйлович Ю.М. Дослідження сутності та трактування поняття конкурентоспроможності підприємства. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2013. №4. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64

47. Adizes Institute WorldWide Ukraine. URL: <https://adizes.me> (дата звернення: 03.10.2020)
48. Adizes Institute WorldWide. URL:<https://adizes.com> (дата звернення: 03.10.2020)
49. Competitive Strategy. MBAskool. URL: <https://www.mbaskool.com/business-concepts/marketing-andstrategy-terms/7394-competitive-strategy.html> (дата звернення: 06.04.2020).
50. G. von Krogh, M.A. Cusumano. Three strategies for quick growth management. Sloan Management Review. Winter 2001, Vol. 42, № 2.
51. Semenova V. Formation of enterprises intellectual property in Ukraine : the strategic aspect / V. Semenova // Actual Problems of Economics. – 2015. – № 10 (172). – P. 213-220.
52. Treacy M., Wiersema F. The Discipline of Market Leaders. Reading, Mass. Addison Wesley, 1995, p. 31.