

**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: «Шляхи вдосконалення комерційної діяльності підприємства (на  
прикладі ТОВ «АДІС-Авто»)»

**Виконавець:**

студент факультету економіки та управління  
підприємництвом

Єргієва Іванна Дмитрівна - /підпис/  
(прізвище, ім'я, по батькові)

**Науковий керівник:**

Доктор економічних наук, доцент

Літвінов Олександр Сергійович -  
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

ОДЕСА – 2020

	2
Зміст .....	1
Вступ.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ЇЇ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ.....	6
1.1 Сутність та задачі комерційної діяльності підприємства.....	6
1.2 Сутність диверсифікації, її види та ефективність.....	14
1.3 Диверсифікація: причини та етапи .....	20
1.4 Методика застосування факторного аналізу .....	26
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «АДІС-АВТО» .....	31
2.1 Характеристика галузі та підприємства ТОВ «АДІС-Авто» .....	31
2.1.1 Характеристика галузі «Технічне обслуговування та ремонт автомобілів на замовлення населення».....	31
2.1.2 Характеристика ТОВ «АДІС-Авто».....	34
2.2 Аналіз фінансово-економічного стану ТОВ «АДІС-Авто» .....	37
2.3 Аналіз комерційної діяльності підприємства .....	47
РОЗДІЛ 3. Шляхи удосконалення комерційної діяльності ТОВ «АДІС-Авто» .	62
3.1 Аналіз можливих шляхів удосконалення комерційної діяльності ТОВ «АДІС-Авто» .....	62
3.2 Заходи щодо вдосконалення комерційної діяльності ТОВ «АДІС-Авто» та їх ефективність.....	64
Висновки .....	78
Список використаної літератури .....	81
Додатки.....	88

## Вступ

У сучасних умовах становлення ринкових відносин, для яких характерні нестабільність та змінність зовнішнього оточення, демонополізація виробництва та лібералізація економіки, порівнювання в правах різноманітних форм та відносин власності, зростання насиченості ринку та підсилення конкуренції між товаровиробниками, рівень та якість комерційної роботи стають одними з найважливіших факторів ефективного функціонування підприємства на ринку товарів і послуг. У зв'язку з цим зростає роль управління комерційною діяльністю.

Особливого значення набуває при цьому необхідність підсилення ринкової орієнтації торгових підприємств, що передбачає не тільки удосконалення окремих елементів системи комерційної діяльності, що склалася, але й комплексне системне використання концепції маркетингу в діяльності підприємства. Необхідно розробити індивідуальний підхід до комерційної діяльності підприємств, що дозволить вирішувати ринкові проблеми більш раціональним шляхом, своєчасно виявляти ринкові можливості та використовувати їх, планувати та організовувати комерційну діяльність на ринку з урахуванням передбачених тенденцій споживчого попиту.

Актуальність цієї проблематики обумовлена, перш за все, тією роллю, яку відіграє комерційна діяльність у сфері торгівлі. Для кожного підприємства його комерційна діяльність є джерелом прибутку, а для споживача комерційна діяльність – спосіб задоволення його потреб.

**Предметом досліджень** є теоретичні та практичні аспекти комерційної діяльності підприємства

**Об'єктом досліджень** даної роботи є розробка програми удосконалення комерційної діяльності підприємства.

**Основною метою** роботи є оцінка можливостей підприємства і розробка рекомендацій щодо вдосконалення комерційної діяльності підприємства для отримання більшого прибутку

Для досягнення цієї мети поставлені наступні **завдання**:

- розглянути теоретичні аспекти комерційної діяльності і диверсифікації;
- дати характеристику і провести аналіз діяльності галузі «Технічного обслуговування та ремонту автомобілів на замовлення населення.» а також надати характеристику ТОВ «АДІС-Авто»;
- провести аналіз фінансового стану ТОВ «АДІС-Авто» за 2014-2019 роки;
- проаналізувати стан комерційної діяльності та динаміки прибутку за роки існування підприємства (2006-2019 роки);
- описати основні шляхи удосконалення комерційної діяльності, виділити їх переваги та недоліки;
- спробувати дати декілька практичних рекомендацій щодо вдосконалення комерційної діяльності підприємства.

**Методи дослідження.** У ході написання даної роботи використовувалися такі методи дослідження, як метод спостереження та метод аналізу динаміки показників, метод факторного аналізу та метод прогнозування.

Інформаційною базою дослідження для цієї роботи стали наукові публікації, підручники різних областей наук: менеджменту, маркетингу, соціології, психології, економіки та надані підприємством відомості про нього.

**Практичне значення отриманих результатів.** Завдяки отриманим даним підприємство ТОВ «АДІС-Авто» отримало інформацію щодо її можливостей покращення комерційної діяльності. Виконавчий директор оцінив дані пропозиції та затвердив, що компанія застосує дані рекомендації.

**Структура і обсяг роботи.** Бакалаврська робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (62 найменування). Загальний обсяг бакалаврської роботи становить 99 сторінок комп'ютерного тексту, містить 27 таблиці та 23 рисунка.

**Апробація результатів роботи.** За результатами виконання кваліфікаційної роботи магістра опубліковано 2 статті:

- «СТРУКТУРА РЫНКА АВТОМОБИЛЕЙ УКРАИНЫ И ГЕРМАНИИ ЗА 2019 год» // Науковий студентський вісник, Одеса. Випуск 32. 2020 рік. С. 37-41
- «Особенности збуту промислової продукції»//Науковий студентський вісник. Одеса. Випуск №31.2019 рік
- Переможець Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт 2019/2020 зі спеціальності «Економіка автомобільного транспорту» . Харків
- Тези доповіді на тему «ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ФУНКЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ НА ПРИМЕРЕ ООО «АДИС-Авто»». XII Міжнародна науково-практична конференція «Європейський вектор модернізації економіки: креативність, прозорість та сталий розвиток». С.113-115

## Висновки

У даній роботі розглянуто теоретичні аспекти комерційної діяльності і диверсифікації. Комерційна діяльність — процес обміну товарами та послугами або куплі-продажу товарами та послугами між суб'єктами господарювання у відповідності зі сформованою і діючою законодавчою базою, прийнятими та нормативно-правовими актами, кінцевою метою якого отримання прибутку. Щодо диверсифікації для себе я визначила, що диверсифікація за моєю думкою більш за все схожа із думкою Наталії Куденко, адже я вважаю, що диверсифікація — це шлях виходу підприємства на нові сфери бізнесу. Існує 6 видів диверсифікації, завдяки яким підприємство може покращити свою діяльність:

1. диверсифікація виробництва;
2. диверсифікація ризиків;

3. диверсифікація бізнесу;
4. диверсифікація економіки;
5. конгломератна диверсифікація;
6. диверсифікація діяльності.

Наступним етапом було надання характеристики і проведення аналізу діяльності галузі «Технічного обслуговування та ремонту автомобілів на замовлення населення», а також надання характеристики ТОВ «АДІС-Авто». На 2019 рік за даними ДержКомСтата зареєстровано 101427, що складає 26,6% від загальної кількості підприємств та 732732 фізичні особи, що складає 46,9% від загальної кількості фізичних осіб-підприємців. За 6 проаналізованих років (2014-2019 років) в середньому було заянято 61235 працівників. За період з 2014 по 2019 рік у даній галузі було реалізовано продукції на суму 109150896,1 тис грн. З них підприємства реалізували продукцію на суму 11239721,8 тис грн, а фізичні особи на суму 11239721,8 тис. грн. За даними ДержКомСтата у 2019 році у галузі «Технічного обслуговування та ремонту автотранспортних засобів» було зареєстровано 518 суб'єктів великого підприємництва, 18129 суб'єктів середнього підприємництва та 1922978 суб'єктів малого підприємництва.

У 2019 році в порівнянні з 2014 роком чистий прибуток збільшився на 2184022,6 тис. грн, кількість підприємств, що отримали прибуток збільшилась на 8,6%. Також було виявлено, що найпопулярнішими брендами в Україні за останні 3 роки були Toyota та Renault. АДІС-Авто — підприємство, що є частиною груп компаній “АДІС”. Дане підприємство є офіційним дилером 3 автомобільних марок: Mitsubishi, Seat та Ssang Yong в місті Одеса, на даних момент ГК “АДІС” є одним за найбільших дилерських центрів в Одесі.

Було проведено аналіз фінансового стану ТОВ «АДІС-Авто». За розрахунками фінансового стану підприємства за 6 років, можна зробити висновок, що майже всі техніко-економічні показники збільшились, окрім чисельності виробничо-промислового персоналу, що відбулося через реструктуризацію ГК «АДІС». Спостережується зменшення фодовіддачі на 1.10

грн у 2019 році порівняно з 2014 роком. І останні 2 показника, що зменшились за проаналізований період – рентабельність продукції та рентабельність капіталу, низька рентабельність капіталу пов'язана із непокритими збитками, які можна спостерігати у балансу ТОВ «АДІС-Авто» за 2019 рік, адже непокриті збитки у тому році склали 6322 тис.грн, а у 2014 році спостерігався навпаки – нерозподілений прибуток на суму 2100 тис.грн. Чистий прибуток підприємства у 2019 році порівняно з 2014 збільшився на 288,90 тис.грн або на 545,09%.

Наступним завданням даної роботи був аналіз комерційної діяльності ТОВ «АДІС-Авто». Головним показником успішної комерційної діяльності є прибуток підприємства. У ході аналізу було виявлено, що найбільшим джерелом прибутку для ТОВ «АДІС-Авто» є саме сервісне обслуговування автомобілів. За результатами аналізу були виявлені коливання обсягу прибутку та причини цих коливань, якими були отримання нових брендів, та зміна політичної й соціальної ситуацій у країні.

Далі були проаналізовані основні шляхи удосконалення комерційної діяльності ТОВ «АДІС-Авто», такі як :

- Диверсифікація діяльності підприємства за рахунок впровадження нового дилерства;
- Диверсифікація сервісного відділу за рахунок впровадження нової послуги;
- Маркетингові заходи.

Провевши аналіз купівлі автомобілів за останні 3 роки, був зроблений висновок, що необхідно приймати участь у тендері на дилерство Renault. За розрахунками додаткові капітальні витрати даного заходу складуть 33800 тис.грн, а їх термін окупності складає 3,43 року. Валовий прибуток за рахунок впровадження бренду Renault збільшиться на 9866,45 тис.грн.

Щодо диверсифікації сервісного відділу, то тут запропоновано інвестування у стартап «НАЛИКОН А», який заключається у наданні послуг з покриття автомобілів силіконом для уникнення подряпин та пошкоджень.



Капітальні витрати на даний захід складають 231,8 тис.грн, а їх період окупності 1,5 місяці. Валовий прибуток при цьому збільшиться на 1800 тис.грн.

Останньої рекомендацією є впровадження нових маркетингових заходів, таких як: участь у щосезонних виставках та покращення роботи маркетингового відділу з боку SMM. Валовий прибуток з даних заходів складатиме 684,2 тис.грн.

За розрахунками усіх запропонованих заходів додаткові капітальні вкладення складуть 34031,8 тис.грн, їх період окупності складатиме 2,92 року, а валовий прибуток при цьому збільшиться на 12080,65 тис.грн або на 194,36%.

## Список використаної літератури

1. Berry, С.Н., / Corporate growth and diversification. Journal of Law and Economics/1971.14, 371–383.
2. Gort M. /Prinston, Prinston University Press, 1962
3. Аванесов Ю.А., Клочко О.М. Основи комерції на ринку товарів і послуг: Підручник для вищих навчальних закладів / Ю.А. Аванесян, А.Н. Клочка. – М .: ТОВ «Люкс-арт», 2004.-450 с.
4. Аналіз господарської діяльності: теорія, методика, розбір конкретних ситуацій: Навч. Посібник/За ред. К.Ф.Ковальчука. – К.: ЦУЛ, 2012. –328 с.
5. Ансофф, И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф. – Санкт – Петербург : Питер, 2014. - 416 с
6. Балабанова Л.В. Маркетинговий аудит системи збуту : навч. Посібник / Л.В. Балабанова, А.В. Балабаниць. –К. :ВД «Професіонал», 2004. – с 14.

7. Білоусова Н. А., Радюкова Я. Ю. Специфіка комерційної діяльності на промислових перед- підприємствах // Соціально-економічні явища і процеси. Тамбов, 2013. № 4 (050). С. 33-35.
8. Єгупов Ю. А. Аналіз досягнення економічних критеріїв у процесі формування виробничої програми підприємства // Ю. А. Єгупов // Формування ринкової економіки: зб. наук. пр. – Спец. вип. Економіка підприємства: теорія і практика: у 2 ч. – Ч. I – К.: КНЕУ, 2010. – С. 280-291.
9. Єгупов Ю. А. Планування виробничої потужності в контексті ресурсного обґрунтування виробничої програми підприємства// Ю. А. Єгупов // Економіст. – 2011. - №11. - С. 49-52.
10. Єгупов Ю. А. Про логіку побудови техніко-економічних розрахунків у бізнес-плануванні //Ю. А. Єгупов // Вісник соціально-економічних досліджень. Збірник наукових праць. Вип. 12 / Одес. Держ. Екон. Ун-т. – Одеса: ОДЕУ, 2002. – С. 163-166.
11. Єгупов Ю. А. Про логіку побудови техніко-економічних розрахунків у бізнес-плануванні //Ю. А. Єгупов // Вісник соціально-економічних досліджень. Збірник наукових праць. Вип. 12 / Одес. держ. екон. ун-т. - Одеса: ОДЕУ, 2002. - С. 163-166.
12. Кожемяко, А. Психологічні ефекти в менеджменті та маркетингу. 100 + напрямків підвищення ефективності в управлінні та збуті / А. Кожемяко. – М. : МФПУ Синергія, 2015. – 176 с.
13. Комерційна діяльність : підруч. / за ред. проф. В. В. Апопія. – К. : Знання, 2008. – 558 с.
14. Комерційне підприємництво: сучасний стан, стратегії розвитку [Електронний ресурс]. –Режим доступу : <http://www.big-library.com.ua/book/>. – Назва з екрану.
15. 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.

16. Котлер, Ф. Маркетинг у третьому тисячолітті: Як створити, завоювати і утримати ринок / Ф. Котлер – М.: Видавництво АСТ, 2009. -230 с.
17. Котлер, Ф. Основи маркетингу. 5-е вид. / Ф. Котлер, А. Гарі. – М.: Вільямс, 2016. – 752 с.
18. Кошелёк Г.В. Современное состояние оптовой торговли в Украине / Кошелёк Г.В. Социально-экономические, гуманитарные науки и юриспруденция: вопросы теории и практики: материалы VI международной научно-практической конференции: Сб. науч. тр. ученых, преподавателей, аспирантов, магистрантов Междунар. науч.-практ. конф, г. Тирасполь, 09 ноября 2017 г. / редкол.: Соколов В.М. [и др.] – Тирасполь: Б. и., 2017 (ГУИПП «Бендер. тип. «Полиграфист»). – 347 с.
19. Кошельок Г.В. Методи та форми самостійної роботи студентів / Кошельок Г.В., Малишко В.С. // Науково-методична конференція «Забезпечення якості вищої освіти: проблеми та перспективи розвитку», 2017. – С. 246-247
20. Кошельок Г.В. Методика проведення стрес-тестування ризиків грошових потоків підприємства / Кошельок Г.В. // [Електронний ресурс] Приазовський економічний вісник. – 2017. – № 5 (05). – Режим доступу до ресурсу: <http://rev.kpu.zp.ua/vypusk-505>
21. Кошельок Г.В. Методичні підходи до оцінки рівня фінансово-економічної безпеки підприємства / Кошельок Г.В. // Фінансово-кредитна система: вектор розвитку: збірник матеріалів II Міжнародної науково-практичної конференції (м. Ужгород, 26 квітня 2017 р.) – Ужгород: Видавництво УжНУ «Говерла», 2017. – 284 с.
22. Кошельок Г.В. ФАКТОРНИЙ АНАЛІЗ ПРИБУТКУ М'ЯСОПЕРЕРОБНОГО ПІДПРИЄМСТВА / Кошельок Г.В., Янковий О.Г. // Вісник ЖДТУ (№3), 2010. – С. 122-127
23. Куденко Н. В. Маркетингові стратегії фірми: монографія / Н. В. Куденко. – К.: КНЕУ, 2002. – 245 с.

24. Кузнецов, Т. Е. Стимулирование сбыта как элемент комплекса продвижения товара / Т.Е. Кузнецова // Вестник ВуиТ. – 2013. - №1[27]. – С.135-142.
25. Кунц Рогер М. Стратегия диверсификации и цели предприятия / Рогер М. Кунц // Проблемы теории и практики управления. – 1994. – № 1. – С. 5–8.]
26. Літвінов О.С. Вплив органів державної влади на діяльність промислових підприємств як один із зовнішніх факторів їх конкурентоспроможності / О.С. Літвінов, Д.Д. Радулов // Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення : [монографія / за заг. ред. О.Г. Янкового]. – Одеса : Атлант, 2013. – С.250-269. Режим доступу: [https://scholar.google.com.ua/citations?user=7ZUxicEAAAAJ&hl=uk&oi=ao#d=gs\\_md\\_cita-d&p=&u=%2Fcitations%3Fview\\_op%3Dview\\_citation%26hl%3Duk%26user%3D7ZUxicEAAAAJ%26citation\\_for\\_view%3D7ZUxicEAAAAJ%3A\\_FxGoFyzp5QC%26tzom%3D-180](https://scholar.google.com.ua/citations?user=7ZUxicEAAAAJ&hl=uk&oi=ao#d=gs_md_cita-d&p=&u=%2Fcitations%3Fview_op%3Dview_citation%26hl%3Duk%26user%3D7ZUxicEAAAAJ%26citation_for_view%3D7ZUxicEAAAAJ%3A_FxGoFyzp5QC%26tzom%3D-180)
27. Літвінов О.С. Проблеми визначення сутності економічної ефективності / О.С. Літвінов, А. Журенко // Науковий вісник Одеського національного економічного університету. – Науки: економіка, політологія, історія. – 2017. - №6 (248). – с. 67-81. Режим доступу: [http://n-visnik.oneu.edu.ua/files/archive/nv\\_6\\_\(248\)\\_2017.pdf](http://n-visnik.oneu.edu.ua/files/archive/nv_6_(248)_2017.pdf)
28. Літвінов О.С. Проблеми визначення сутності економічної ефективності / О.С. Літвінов, А. Журенко // Науковий вісник Одеського національного економічного університету. – Науки: економіка, політологія, історія. – 2017. - №6 (248). – с. 67-81. Режим доступу: [http://n-visnik.oneu.edu.ua/files/archive/nv\\_6\\_\(248\)\\_2017.pdf](http://n-visnik.oneu.edu.ua/files/archive/nv_6_(248)_2017.pdf)
29. Літвінов О.С. Проблеми класифікації видів ефективності та її показників / О.С. Літвінов, К.С. Ненюк // Науковий вісник Одеського національного економічного університету. – Науки: економіка, політологія, історія. – 2015. – № 7 (227). – с. 45-54. Режим доступу: <https://scholar.google.com.ua/citations?user=7ZUxicEAAAAJ&hl=uk&oi=ao#d=gs>

[\\_md\\_cita-](#)

[d&p=&u=%2Fcitations%3Fview\\_op%3Dview\\_citation%26hl%3Duk%26user%3D7ZUxicEAAAAAJ%26citation\\_for\\_view%3D7ZUxicEAAAAAJ%3AZeXyd9-uunAC%26tzom%3D-180](#)

30. Літвінова В. О. Економічна ефективність: сутність та форми // Вісник БУМІБ. – №2(26). – 2014. – С. 43–45.
31. Літвінова В. О. Тенденції розвитку підприємств сфери послуг в Україні // Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. праць; за ред. М. І. Зверькова (голов. ред.) та ін. (ISSN 2313-4569). – Одеса: Одеський національний економічний університет. – 2017. – № 1 (62). – С. 77-83.
32. Літвінова В. О., Грінченко Р.В. Підвищення ефективності використання товарних запасів торговельного підприємства // Проблеми системного підходу в економіці. – Випуск 2 (58). – 2017. – С. 78-82.
33. Літвінова В.О., Грінченко Р.В. Підвищення ефективності використання товарних запасів торговельного підприємства// Проблеми системного підходу в економіці: зб. наук. праць. – Київ: Національний авіаційний університет. – 2017. – Вип. 2. – № 58. – С. 78–83.
34. Малишко В. С. Літвінов О. С. Оцінка вартості інтелектуального капіталу промислових підприємств України. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2018. № 5, Т.2 (262). С. 109-115.Методологія статистичного забезпечення розвитку регіону: [Монографія] за заг. ред. А.З. Підгорного.– Одеса: Атлант, 2012. – 303 с.
35. Малишко В. С. Літвінов О. С// Оцінка вартості інтелектуального капіталу промислових підприємств України/ Вісник Хмельницького національного університету/ Економічні науки. 2018. № 5, Т.2 (262). С. 109-115.Методологія статистичного забезпечення розвитку регіону: [Монографія] за заг. ред. А.З. Підгорного.– Одеса: Атлант, 2012. – 303 с.
36. Марченко И. С. //Системный подход к управлению коммерческой деятельностью организаций / И. С. Марченко // Вестник МГТУ. – 2010. – № 1, т. 13. – С. 27–30.

37. Моїсеєва, Н.К. Міжнародний маркетинг і бізнес: Навчальний посібник / Н.К. Моїсеєва. – М. : КУРС, НДЦ ИНФРА-М, 2013. – 272 с.
38. Нестеренко С. С., сутість збуту в системі маркетингу підприємства/ Нестеренко С. С., Кутліна І. Ю – International Scientific and Practical Conference “WORLD SCIENCE”, 2016. - № 1(5). – с 76-79.
39. Огерчук, Ю. В. Організування збутової діяльності підприємств: дис. Канд. Екон.наук : 08.06.01[текст] / Ю. В. Огерчук. – Л., 2004. – 240с.
40. Орленко О. М. Диверсифікація діяльності підприємства як умова зростання продуктивності праці на олійно-жирових підприємствах / Орленко О. М. // Науковий вісник міжнародного гуманітарного університету: збірник наукових праць. Серія: Економіка і менеджмент. – 2017. – Вип. 23. – Ч. 1. – С. 116-120.
41. Орленко О. М. Корпоративні системи управління як умова зростання продуктивності праці сучасного підприємства / Орленко О. М. // Вісник соціально-економічних досліджень: зб. Наук. Праць; за ред.: М. І. Зверькова (голов. Ред.) та ін. (ISSN 2313-4569). – Одеса: Одеський національний економічний університет. – 2015. – Вип. 3. – № 58. – С. 170-178.
42. Осипова Л. В. Основы коммерческой деятельности / Л. В. Осипова, И. М. Синяева. – М. : Юнити-Дана, 2000. – 623 с.
43. Практики: зб. наук. пр. /Вип. 208. — Т. 3. — Д. : ДНУ, 2005. — С. 399–404.
44. Рудык, Н. Б. Конгломеративные слияния и поглощения. Книга о пользе и вреде непрофильных активов / Н. Б. Рудык . – М.: Дело.2005. – 223 с.]
45. Своробович Л. Н., Егупов Ю. А. Методические основы формирования системы материального поощрения на машиностроительных предприятиях // Л. Н. Своробович, Ю. А. Егупов // Науковий вісник. Од. держ. екон. ун-т. Всеукр. асоц. молод. наук. – Науки: економіка, політологія, історія. – 2010. - №10 (111). – С. 210-223.
46. Семенова В. Г. Економіка та організація інноваційно-інвестиційного розвитку підприємства: навчальний посібник / В. Г. Семенова // Навчальний посібник. - Обухів: Друкарня ФОП Гуляєва. – 2017. – 185 с.

47. Семенова В. Г. Управління інтелектуальною власністю підприємств : теорія та практика : моногр. / В. Г. Семенова. – О. : Атлант, 2015. – 321 с.
48. Семенова В. Г. Управління комерціалізацією інтелектуальної власності підприємств / В. Г. Семенова // Інноваційна економіка : наук.-вироб. журн. – 2015. – №3 (58). – С. 86–93.
49. Сопенюк О.М. Економіка підприємства в умовах ринкових перетворень: монографія / За заг. ред. д-ра екон. наук, проф. О.Г. Янкового. – Одеса: Атлант, 2010. – 390 с.
50. Сукач О. О. Удосконалення оцінювання ефективності праці на промислових підприємствах / О. О. Сукач // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – № 5 (167). – С. 405-412.
51. товарообороту торговельного підприємства / А. Хоптюк, Є. Кравчук // Формування
52. Федорова М.О. Коммерческая деятельность торгового предприятия: сущность и основные направления //Соціально-економічні явища і процеси. Тамбов, 2014/ № 6 (071). С. 10-13
53. Хоптюк А. Теоретичні аспекти управління обсягом та асортиментною структурою
54. Щербак В. Г. Формування й реалізація стратегії управління асортиментною політикою підприємства / В. Г. Щербак, Р. В. Перебийнос // Економіка: проблеми теорії
55. Форма №1 Баланс підприємства 2014-2018 рр.
56. Форма №11-ОЗ Звіт про наявність і рух основних засобів, амортизацію 2014-2018 рр.
57. Форма №1-ПВ Звіт з праці 2014-2018 рр.
58. Форма №1П-НПП Звіт про виробництво та реалізацію продукції.
59. Форма №2 Звіт про фінансові результати підприємства 2014-2018 рр.
60. Янковий О.Г. Діагностика фінансово-економічної стійкості підприємства на основі грошових потоків // Вісник соціально-економічних досліджень. – ОНЕУ. – 2017. – № 2-3 (63-64). – С. 70-78.



61. Янковий О.Г. Маркетингове дослідження ринків збуту автомобілебудівних підприємств України //Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2014. – № 5 (15). – С. 70-75.
62. Янковий О.Г. Основні концепції грошових потоків підприємства // Вісник соціально-економічних досліджень. – ОНЕУ, 2016. – № 2 (61). – С.146.