

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

Кафедра міжнародних економічних відносин

Допущено до захисту
Завідувач кафедри

(підпис)

“ ____ ” _____ 201 ____ р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня магістра
зі спеціальності 8.05056 міжнародні економічні відносини
за магістерською програмою професійного спрямування
Зовнішньоекономічна діяльність підприємства

на тему: **«Шляхи підвищення міжнародної конкурентної позиції підприємства
виноробної промисловості (на прикладі ЗАО «Квінт»)»**

Виконавець:

студентка 64 факультету
Орлянський Денис Юрійович

Науковий керівник:

Кандидат економічних наук, доцент Короленко
Наталія Валеріївна

АНОТАЦІЯ

Орлянський Д.Ю. Шляхи підвищення міжнародної конкурентної позиції підприємства виноробної промисловості (на прикладі ЗАО «Квінт»),

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності «міжнародні економічні відносини» за магістерською програмою «Зовнішньоекономічна діяльність підприємств (організації)», Одеський національний економічний університет м. Одеса, 2017 рік

Кваліфікаційна робота магістра складається з трьох розділів. Об'єкт дослідження – процес підвищення міжнародної конкурентної позиції підприємства виноробної промисловості ЗАТ «Квінт».

В роботі розглядаються теоретичні аспекти міжнародної конкурентної позиції, розкрито сутність міжнародної конкурентної позиції, розглянуті чинники, що впливають на формування міжнародної конкурентоспроможності підприємства виноробної промисловості, наведено методичні підходи до оцінки міжнародної конкурентоспроможності підприємства виноробної промисловості. Здійснено оцінку сучасного стану ефективності зовнішньоторговельної діяльності, проведено аналіз впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища на міжнародну конкурентну позицію підприємства, проведено оцінку міжнародної конкурентної позиції підприємства на світовому ринку.

Розроблені практичні рекомендації щодо підвищення міжнародної конкурентної позиції підприємства, зокрема експортний маркетинг, поліпшення якості продукції, створення єдиного логістичного центру, наведена прогнозна оцінка економічної ефективності заходів щодо підвищення міжнародної конкурентної позиції підприємства.

Ключові слова: виноробна промисловість, зовнішньоторговельна діяльність, міжнародна конкурентна позиція, експортний маркетинг, економічна ефективність.

ANNOTATION

Orlyansky D.Yu. Ways to increase the international competitive position of the wine industry enterprises (for example, CJSC "Kvint"),

Qualifying work for obtaining an educational master's degree in the specialty "International Economic Relations" under the master's program "Foreign Economic Activity of Enterprises (Organizations)", Odessa National Economic University, Odessa, 2017

Master's qualification work consists of three sections. The object of the research is the process of increasing the international competitive position of the wine-making enterprise of the CJSC "Quint".

The article deals with theoretical aspects of the international competitive position, discloses the essence of the international competitive position, factors influencing the formation of the international competitiveness of the enterprise of the winemaking industry are considered, methodological approaches to the international competitiveness assessment of the wine industry are presented. The estimation of the current state of efficiency of foreign trade activity was carried out, an analysis of the influence of factors of external and internal environment on the international competitive position of the enterprise was conducted, an international competitive position of the company on the world market was assessed.

Practical recommendations for improving the international competitive position of the enterprise, in particular export marketing, improvement of product quality, creation of a unified logistics center, are developed, and a number of measures are proposed to increase the international competitive position of the enterprise.

Key words: winemaking industry, foreign trade activity, international competitive position, export marketing, economic efficiency.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТНОЇ ПОЗИЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА ВИНОРОБНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ.....	7
1.1. Сутність міжнародної конкурентної позиції підприємства виноробної промисловості.....	7
1.2. Чинники формування міжнародної конкурентоспроможності підприємства виноробної промисловості.....	16
1.3. Методичні підходи до оцінки міжнародної конкурентоспроможності підприємства виноробної промисловості.....	29
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТНОЇ ПОЗИЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА ВИНОРОБНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ ЗАТ «KVINT».....	43
2.1. Тенденції світового ринку виноробної промисловості.....	43
2.2. Організаційно-економічна характеристика підприємства ЗАТ «KVINT».....	51
2.3. Оцінка сучасного стану ефективності зовнішньоторговельної діяльності ЗАТ Тираспольський винно-коньячний завод «KVINT».....	59
2.4. Аналіз впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища на міжнародну конкурентну позицію ЗАТ «KVINT».....	66
2.5. Оцінка міжнародної конкурентної позиції підприємства підприємства ЗАТ «KVINT» на світовому ринку.....	72
РОЗДІЛ 3. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ МЕХАНІЗМИ ПІДВИЩЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТНОЇ ПОЗИЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА ВИНОРОБНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ ЗАТ «KVINT».....	83
3.1. Експортний маркетинг як інструмент підвищення міжнародної конкурентної позиції підприємства ЗАТ «KVINT».....	83
3.2. Поліпшення якості як фактор підвищення міжнародної конкурентної позиції підприємства виноробної промисловості ЗАТ Тираспольський винно-коньячний завод «KVINT».....	92
3.3. Створення єдиного логістичного центру як фактор підвищення міжнародної конкурентної позиції ЗАТ Тираспольський винно-коньячний завод «KVINT».....	98
3.4. Прогнозування ефективності заходів підвищення міжнародної конкурентної позиції ЗАТ Тираспольський винно-коньячний завод «KVINT».....	102
ВИСНОВКИ.....	107
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	111
ДОДАТКИ.....	120

ВСТУП

Актуальність теми. Посилення ролі конкуренції на внутрішньому та світовому ринках, з одного боку, та отримання більшої свободи у виборі конкурентної стратегії, з іншого, вимагають від керівників підприємств виноробної промисловості прийняття більш виважених управлінських рішень, спрямованих на визначення конкурентної позиції підприємства.

Важливим кроком щодо утримання міжнародної конкурентної позиції підприємства є якісно новий підхід до організації процесу стратегічного управління діяльністю підприємств виноробної промисловості, оскільки особливої актуальності набуває своєчасне та адекватне реагування на зміни динамічного зовнішнього середовища, виклики процесів глобалізації та прискорення науково-технічного прогресу. Це, своєю чергою, змушує підприємства виноробної промисловості постійно удосконалювати методи і засоби стратегічного управління, з метою досягнення й утримання конкурентних позицій та забезпечення довгострокового розвитку підприємства.

Ступінь розробки проблеми. Результати аналізу останніх наукових досліджень засвідчили, що дотепер в економічній літературі немає однозначного загальноприйнятого підходу до визначення конкурентної позиції підприємства на ринку. Різноманітні аспекти визначення конкурентної позиції підприємства висвітлено у наукових працях вітчизняних і зарубіжних вчених: І. Ансоффа, М. Портера, Ю. Рубіна, А. Бабошина, М. Сасенко та ін. Основними чинниками, що зумовлюють наявність багатьох його трактувань, є різні позиції вчених, нечітке визначення об'єкта дослідження, ототожнення поняття конкурентна позиція підприємства з конкурентоспроможністю підприємства.

Мета та завдання дослідження. Метою дипломної роботи є дослідження та розробка шляхів підвищення міжнародної конкурентної позиції підприємства виноробної промисловості ЗАТ Тираспольський винно-коньячний завод «KVINT».

Цільове спрямування та логіка дослідження обумовили постановку і вирішення таких **задач дипломної роботи**:

- розкрити сутність міжнародної конкурентної позиції підприємства виноробної промисловості;
- показати чинники формування міжнародної конкурентоспроможності підприємства виноробної промисловості;
- навести методичні підходи до оцінки міжнародної конкурентоспроможності підприємства виноробної промисловості;
- оцінити сучасний стан ефективності зовнішньоторговельної діяльності ЗАТ Тираспольський винно-коньячний завод «KVINT»;
- провести аналіз впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища на міжнародну конкурентну позицію ЗАТ «KVINT»;
- провести аналіз та оцінку міжнародної конкурентної позиції підприємства ЗАТ «KVINT» на світовому ринку;
- розробити організаційно-економічні механізми підвищення міжнародної конкурентної позиції ЗАТ Тираспольський винно-коньячний завод «KVINT»;
- провести прогнозування ефективності заходів підвищення міжнародної конкурентної позиції ЗАТ Тираспольський винно-коньячний завод «KVINT».

Об'єктом дослідження виступає процес підвищення міжнародної конкурентної позиції підприємства виноробної промисловості ЗАТ Тираспольський винно-коньячний завод «KVINT».

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних і практичних аспектів підвищення міжнародної конкурентної позиції підприємства виноробної промисловості.

Методи дослідження. Для розв'язання поставлених завдань і досягнення мети використано комплекс загальнонаукових і спеціальних методів дослідження, зокрема, а саме методи аналізу та синтезу, порівняння, статистичний аналіз, логічного та емпіричного пізнання, прогнозування (екстраполяції), методи економетричного аналізу (регресійного аналізу),

ситуаційного SWOT-аналізу, застосовано системний підхід при викладенні матеріалу, що дало змогу розв'язати поставлені завдання. Для обробки та аналізу даних використовувались комп'ютерні програми (пакет аналізу Microsoft Office Excel 2010).

Інформаційна база дослідження. Правове поле дослідження склали чинні законодавчі та нормативні документи, що регламентують зовнішньоторговельну діяльність суб'єктів господарювання в Україні. Інформаційною базою дипломної роботи послужили офіційні статистичні матеріали, дані звітності підприємства ЗАТ Тираспольський винно-коньячний завод «KVINT».

Практичне значення одержаних результатів. Практична значимість дипломної роботи полягає в тому, що розроблені рекомендації щодо підвищення міжнародної конкурентної позиції підприємства виноробної промисловості знайшли своє успішне впровадження в діяльності підприємства, про що свідчить акт про впровадження результатів магістерської роботи.

Структура та обсяг роботи. Магістерська робота складається із вступу, трьох розділів, висновків до кожного розділу, загальних висновків, списку використаних джерел та додатків. Повний обсяг роботи містить 116 сторінок, у тому числі 29 таблиць на 30 сторінок, 20 рисунків на 20 сторінках, список використаних джерел з 82 найменувань.

Висновок до розділу 3

Нами пропонуються заходи підвищення міжнародної конкурентної позиції ЗАТ «KVINT»:

1. Прийняття участі в італійській міжнародній виставці вин і спиртних напоїв Vinitaly;
2. Надання знижки постійним оптовим покупцям - метод стимулювання збуту на світовому ринку виноробної продукції
3. Підвищення якості вин за рахунок впровадження технології холодного розливу
4. Створення єдиного логістичного центру в Італії.

Отже, прогнозний річний економічний ефект від впровадження заходів підвищення міжнародної конкурентної позиції ЗАТ «KVINT» в 2018 році складе 15687,26 тис. грн

Таким чином, за результатами розрахунків впровадження заходів підвищення міжнародної конкурентної позиції ЗАТ «KVINT» дозволить в 2018 році отримати чистий дохід від реалізації продукції в розмірі 273313,26 тис. грн, що на 30135,26 тис. грн більше, ніж в 2017 році і прибуток від реалізації виноробної продукції в розмірі 36449,26 тис. грн., що на 18449,26 тис. грн. більше, ніж в 2017 році.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило розробити теоретичні та практичні засади підвищення міжнародної конкурентної позиції підприємства виноробної промисловості ЗАТ Тираспольський винно-коньячний завод «KVINT».

1. Конкурентоспроможність підприємства виноробної промисловості — це здатність підприємства вчасно й ефективно коригувати параметри своєї діяльності залежно від змін у зовнішньому середовищі для підтримання існуючих і створення нових конкурентних переваг з метою досягнення власних стратегічних цілей. Критерієм конкурентоспроможності є його міцна та стабільна позиція на ринку. Своєю чергою, позиція підприємницької структури на ринку залежить від її здатності вести конкурентну боротьбу, правильно обирати стратегію поведінки на ринку, враховуючі свої слабкі та сильні сторони. Але тут необхідно зазначити і певний зворотній зв'язок, тому що оцінка конкурентної позиції підприємницької структури дає можливість розробити заходи щодо підвищення конкурентоспроможності, можливість залучити кошти інвестора в сучасне та перспективне виробництво, здійснити вибір партнера для організації спільного випуску продукції тощо.

2. Міжнародна конкурентна позиція підприємства виноробної промисловості відображає його стан ресурсно-технологічної, просторово-темпоральної, інституційної, соціально-когнітивної й інформаційної складових системи міжнародної економічної діяльності підприємства відносно суб'єктів конкурентного оточення, що дає змогу визначити міжнародну конкурентоспроможність підприємства як інтегративну властивість потенціалу зовнішньоекономічної взаємодії підприємства, необхідного для виконання ним функцій суб'єкта міжнародної економічної діяльності.

3. Вивчивши та проаналізувавши літературні джерела, що стосуються даного питання, нами було згруповано класифікаційні ознаки для факторів конкурентоспроможності підприємства виноробної промисловості, а саме: за

рівнями дослідження (I-V рівні, макро-, мікро, мезо-, мегарівні); за місцем виникнення / походження (зовнішні та внутрішні); за видами ресурсів (НІОКР, маркетинг, персонал, транспорт, виробництво); за задоволеністю споживача (управління/менеджмент, стратегія, дилерська мережа, якість товару, ціна товару, ноу-хау); за приналежністю до середовища підприємства (конкуренція, політика держави, податкове законодавство); за ефективністю виробничо-господарської діяльності (виробництво, організація, організаційно-управлінські, фінансово-економічні, соціально-психологічні, інфраструктура, диверсифікація бізнесу, зовнішня політика); за сферою походження (науково-технічні, організаційно-економічні, соціальні, екологічні, політичні); за об'єктами дослідження (техніко-технологічні, фінанси, характеристика продукції, імідж, інновації, витрати, обслуговування клієнтів).

4. Запропонована методика оцінювання міжнародної конкурентоспроможності підприємства виноробної промисловості має необмежені можливості для вдосконалення і пристосування до конкретних вимог. Вона включає оптимальний перелік показників, які дозволяють об'єктивно вимірювати складові конкурентоспроможності підприємства, встановити динаміку і взаємозв'язок внутрішніх і зовнішніх інформаційних потоків. У той же час вона підвищує науково-теоретичну обґрунтованість прийняття рішень стосовно перспектив формування міжнародних конкурентних переваг підприємства і може бути корисною для подальшого вдосконалення організації його діяльності.

5. «Тираспольський винно-коньячний завод «KVINT» є закритим акціонерним товариством. Сьогодні підприємство зі 120-річною історією є лідером у виробництві виноробної продукції в молдавському регіоні. Значну частку продукції складають алкогольні напої на основі виноградної сировини - вино, бренді і дівіни (коньяки). За проведеним аналізом ЗАТ Тираспольський винно-коньячний завод «KVINT» є фінансово стійким і платоспроможним.

6. ЗАТ Тираспольський винно-коньячний завод «KVINT» здійснює зовнішньоекономічну діяльність через відділ зовнішньоекономічних зв'язків.

Як показують дані по реалізації продукції ЗАТ Тираспольський винно-коньячний завод «KVINT» в 2016 році більшість продукції реалізується на зовнішньому ринку. На сьогоднішній день компанія співпрацює з надійними закордонними партнерами і здійснює найбільші експортні поставки в Гонконг. Також компанія експортує продукцію в Білорусь, Італію, Америку, Канаду, Німеччину, Словаччину, Румунію, Туреччину та в інші країни світу. ЗАТ Тираспольський винно-коньячний завод «KVINT» імпортує сировину і матеріали для виробництва продукції з Європи, Азії, Африки, Америки, Австралії, СНД. На підставі проведених розрахунків протягом 2012 – 2016 років простежується поступове збільшення економічного ефекту від експорту продукції від 8828,55 тис. грн. до 25300 тис. грн. Протягом 2012 – 2016 років рентабельність експорту поступово збільшується до 23,82%. Розраховані показники підтверджують ефективність експортної діяльності ЗАТ Тираспольський винно-коньячний завод «KVINT».

7. Оцінка міжнародної конкурентної позиції підприємства ЗАТ «KVINT» на світовому ринку здійснювалась за допомогою методики, заснованої на теорії ефективної конкуренції. Конкурентоспроможність оцінювалась за показниками ефективності виробничої діяльності, фінансового положення, збуту продукції, якості продукції. Для визначення міжнародної конкурентоспроможності продукції спеціально вибрано червоне сухе вино, одного сорту винограду (Каберне) торгових марок Шабо, CRICOVA, Одесавинпром (Французький бульвар), KVINT (Молдова) і Sas Amiel (Франція). За базову продукцію прийнятий зразок Les Grands Chais de France , продукцію французького винно-коньячного заводу, вино виноградного сорту Каберне, червоне столове сухе.

8. За результатами розрахунку інтегрального показника конкурентоспроможності продукції різних торгових марок виявлено, що червоне сухе вино «Каберне» базового зразка Les Grands Chais de France є більш конкурентоспроможним, ніж зразки Шабо, CRICOVA, Одесавинпром (Французький бульвар) і менше конкурентоспроможним, ніж зразок Sas Amiel (Франція). Конкурентоспроможність червоного сухого вина «Каберне»

базового зразка Les Grands Chais de France майже зрівнялось з зразком KVINT (Молдова) і Sas Amiel (Франція). Що стосується компанії KVINT (Молдова), то слід відмітити, що слабкими сторонами виявилися смак, популярність торгової марки, букет, типовість. Тоді як ціна сухого вина «Каберне» KVINT (Молдова) порівняно з Les Grands Chais de France виявилася більш конкурентоспроможною.

9. Проведені нами комплексні розрахунки конкурентоспроможності ЗАТ Тираспольський винно-коньячний завод «KVINT» показали, що досліджуване підприємство є лідером в даній галузі регіону Молдови. Проте вищому керівництву підприємства потрібно приділити особливу увагу тим підрозділам, які на сьогодні не зовсім ефективно використовують надані їм ресурси в порівнянні з іншими аналогічними підприємствами.

10. Нами пропонуються заходи підвищення міжнародної конкурентної позиції ЗАТ «KVINT»:

1. Прийняття участі в італійській міжнародній виставці вин і спиртних напоїв Vinitaly;
2. Надання знижки постійним оптовим покупцям - метод стимулювання збуту на світовому ринку виноробної продукції
3. Підвищення якості вин за рахунок впровадження технології холодного розливу
4. Створення єдиного логістичного центру в Італії.

Отже, прогнозний річний економічний ефект від впровадження заходів підвищення міжнародної конкурентної позиції ЗАТ «KVINT» в 2018 році складе 15687,26 тис. грн

Таким чином, за результатами розрахунків впровадження заходів підвищення міжнародної конкурентної позиції ЗАТ «KVINT» дозволить в 2018 році отримати чистий дохід від реалізації продукції в розмірі 273313,26 тис. грн, що на 30135,26 тис. грн більше, ніж в 2017 році і прибуток від реалізації виноробної продукції в розмірі 36449,26 тис. грн., що на 18449,26 тис. грн. більше, ніж в 2017 році.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Портер Майкл Э. Конкуренция [Текст]: пер. с англ.: Учеб. пособие / М.Э. Портер; ред. Я.В. Заблоцкий. – СПб. и др.: Издательский дом «Вильямс», 2010. — (A Harvard Business Review Book). – 592 с.
2. Ермолов М.О. Чем отличается конкурентоспособность фирмы от конкурентоспособности товара. Как продать товар на вашем рынке [Текст] / М.О. Ермолов. – М.: Мысль, 2007. – 364 с.
3. Минко Л.М. Сутність і складові поняття конкурентоспроможності підприємства / Л.М. Минко // Наукові праці Національного університету харчових технологій. – 2015. – Т. 21, № 1. – С. 86-92.
4. Лицишин О.І. Довідник економіста-підприємця (терміни ринкової економіки). [Текст] / О.І. Лицишин. – Львів, «Б.В.», 2012. – 176 с.
5. Люкшинов А.Н. Стратегический менеджмент [Текст] / А.Н. Люкшинов, – М.:ЮНИТИ, 2012. – 376 с.
6. Мерчанський В.В. Конкурентоспроможність підприємства та управління стратегією його розвитку [Текст]: [кол. моногр.] / В.В. Мерчанський, В.М. Ключко, І.М. Ключко – Х., 2012. – 156 с.
7. Павлова В.А. Конкурентоспроможність підприємства: оцінки та стратегія забезпечення [Текст] / В.А. Павлова; Дніпропетровський ун-т економіки та права. – Д.: Видавництво ДУЕП, 2013. – 276 с.
8. Тягунова Н.М. Конкурентоспроможність торговельних підприємств [Текст]: монографія / Н.М. Тягунова, В.О. Боїн; ВНЗ Укоопспілки «Полтав. ун-т економіки і торгівлі». – Полтава: РВВ ПУЕТ, 2012. – 154 с.
9. Адамик В. Оцінка конкурентоспроможності підприємства / В. Адамик, Г.Вербицька // Вісник Тернопільського національного економічного університету. – 2014. – №1. – С.69–78.
10. Афонін А.С. Конкурентоспроможність суб'єктів господарювання: теоретичні аспекти і висновки для індустрії туризму / А.С.Афонін, С.В.Білоусова, К.Мільські // Бізнес-навігатор. – 2015. – №3(15). – С.172–183.

11. Бондаренко Г.С. Управління конкурентоспроможністю автотранспортного підприємства: автореф. на здоб. наук. ступ. к.е.н. [Текст] / Г.С. Бондаренко, — Харків: ХДЕУ, 2012. — 20 с.
12. Винокуров В.А. Организация стратегического управления на предприятии. [Текст] / В.А. Винокуров. — М.: Центр экономики и маркетинга, 2011. — 458 с.
13. Воронкова А.Е. Стратегічне управління конкурентоспроможним потенціалом промислових підприємств [Текст]: автореф. дис. д-ра екон. наук: 08.06.01 / Воронкова А.Е.; НАН України, Інститут економіки промисловості. — Донецьк, 2012. — 32 с.
14. Грицишин Н. Оцінка конкурентоспроможності підприємства / Н.Грицишин // Вісник Львівського університету. Серія економічна. Вип. 33. — 2012. — С.431–436.
15. Иванов Ю.Б. Конкурентоспособность предприятия: оценка, диагностика, стратегия [Текст] / Ю.Б. Иванов [и др.]. — Х.: ХНЭУ, 2013. — 255 с.
16. Карлофф Б. Деловая стратегия, концепция, содержание, символы [Текст] / Б. Карлофф. — М.: Экономика, 2002. — 240 с.
17. Попов С.А. Стратегическое управление: 17-модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации». Модуль 4. — М.: ИНФРА-М, 2012. — 344 с.
18. Фатхутдінов Р.А. Управління конкурентоздатністю організації [Текст]: Підручник / Р.А. Фатхутдінов, Г.В. Осовська. — К.: «Кондор», 2012. — 470 с.
19. Шершньова З.Є. Антикризове управління підприємством [Текст]: навч. посіб. для студ. екон. спец. усіх форм навч. / З.Є. Шершньова [та ін.]; заг. ред. З.Є. Шершньова; Київський національний економічний ун-т ім. Вадима Гетьмана. — К.: КНЕУ, 2012. — 676 с.
20. Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика [Текст]: Учебно-практическое пособие. 2-е изд. / А.Ю. Юданов; — М: Ассоц. Авторов и издателей «Тандем»; Изд. «ГНОМ-ПРЕСС», 2007. — 384 с.

21. Пермінова С.О. Управління міжнародною конкурентоспроможністю як фактор успіху сучасного підприємства / С.О. Пермінова, Є.В. Романко // Молодий вчений. - 2016. - № 2. - С. 70-74.

22. Андросова Т.В. Методика оцінки міжнародної конкурентоспроможності підприємств / Т.В. Андросова, Л.О. Чернишов, В.О. Козуб [Електронний ресурс] . – Режим доступу: // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. – 2012. – Вип. 2. – С. 189-197.

23. Піддубна Л.І. Концепція предметно-методологічного оновлення та розвитку теорії міжнародної конкурентоспроможності підприємства / Л.І. Піддубна // Економіка розвитку. – 2013. – № 1(53). – С. 52–59.

24. Угрюмова Е.В. Факторы формирования глобальной конкурентоспособности и международная практика ее оценки / Е.В. Угрюмова // Актуальные вопросы экономических наук. – 2013. – Вып. 17. – С. 63–67.

25. Кривешко О.В. Чинники формування конкурентоспроможності підприємства та кластерів / О.В. Кривешко, П.В. Сідун // Національний університет «Львівська політехніка». – 2013. – С.180-188.

26. Дунська А.Р. Управління міжнародною конкурентоспроможністю вітчизняних підприємств на інноваційній основі / А.Р. Дунська // Актуальні проблеми економіки. - 2012. - № 7. - С. 104-109.

27. Ревенко Д.С. Формування стратегій міжнародної конкурентоспроможності машинобудівних підприємств / Д. С. Ревенко, В. О. Либа, Л. С. Зейда // Причорноморські економічні студії. - 2016. - Вип. 5. - С. 35-38.

28. Нефедова О.Г. Конкурентоспроможність в умовах зовнішніх змін / О.Г.Нефедова // Вісник Хмельницького національного університету Економічні науки. – 2012. – №5.Т.2. – С.212–215.

29. Єфремова В.Б. Фактори впливу на конкурентоспроможність підприємства / В.Б. Єфремова [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.viem.edu.ua/konf6/art.php?id=0467>

30. Смачило В.В. Класифікація факторів впливу на конкурентоспроможність підприємств / В. В. Смачило, І. С. Головка-Марченко // Молодий вчений. - 2015. - № 2(3). - С. 61-65.

31. Шкарлет С. М. Методологічні аспекти та методичні принципи оцінки конкурентоспроможності сиробних підприємств / С. М. Шкарлет, Л. С. Ладонько, Т. І. Корж // Науковий вісник ЧДІЕУ. – 2014. – № 3 (11). – С. 153–161.

32. Мошнов В. А. Комплексная оценка конкурентоспособности предприятия [Электронный ресурс] / В. А. Мошнов. – Режим доступа: http://www.cfin.ru/management/strategy/estimate_competitiveness.shtml .

33. Хрущ Н.А. Конкурентні стратегії: процеси створення та реалізації: монографія / Н.А. Хрущ, М.В. Желіховська / за наук. ред.. д.е.н., проф.. Н.А. Хрущ. - К.: Освіта України, 2012. - 316 с.

34. Виханский О.С. Стратегическое управление: ученик / О.С. Виханский. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Гардарики, 2012 . - 296 с.

35. Смолін І.В. Стратегічне планування розвитку організації / І.В. Смолін. - К.: КНТЕУ, 2012. - 174 с.

36. Карпенко Л.М. Методичні підходи до оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства / Л. М. Карпенко // Вісник соціально-економічних досліджень. - 2013. - Вип. 3(2). - С. 24-31.

37. Левицька А.О. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства: вітчизняні та закордонні підходи до класифікації / А.О. Левицька // Mechanism of Economic Regulation. - 2013. - № 4. - С. 155-163.

38. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16.04.1991 № 959-ХІІ в редакції Закону від 03.01.2017, підстава 1724-19 // Офіційний веб-сайт Верховної Ради України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/959-12>

39. Антонюк Л.Л. Міжнародна конкурентоспроможність країн: теорія та механізм реалізації / Л.Л. Антонюк. – К. : КНЕУ, 2014. – 275 с.

40. Балабанова Л.В. SWOT-аналіз – основа формування маркетингових стратегій підприємства: Навчальний посібник / Під ред. д.е.н., проф., академіка АЕН України, зав. кафедри маркетингового менеджменту Донецького державного університету економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського Л.В. Балабанової. – Донецьк: ДонДУЕТ, 2012. – 278 с.
41. Вічевич А.В. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності: Навч. посібник. – К.: Професіонал, 2014. – 216 с.
42. Воронін Г. О. Конкуренстоспроможність промислових підприємств / Г. О. Воронін // Економіст. – 2013. – № 6. – С. 18 – 21
43. Гіл В.Л. Міжнародний бізнес: конкуренція на глобальному ринку / В.Л. Гіл – К. : Вид-во Соломії Павличко «Основи», 2012. – 856 с.
44. Гребельник О.П. Основи зовнішньоекономічної діяльності: Підручник / О.П. Гребельник. - 3тє видання перероблене та доповнене. - К.: Центр учбової літератури, 2010. - 432 с.
45. Гринько Т. В. Фактори конкурентоспроможності підприємств / Т. В. Гринько // Держава та регіони. – 2011. – № 2. – С. 50–53.
46. Дементьева А. Г. Конкуренстоспособность международных компаний / А. Г. Дементьева // Маркетинг в России и за рубежом. – 2012. – № 6. – С. 10-12.
47. Дідківський М.І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Навч. посіб. - К.: Знання, 2012. - 462 с .
48. Должанський І. З. Конкуренстоспроможність підприємства : [навч. посіб.] / І. З. Должанський, Т. О. Загорна. – К. : Центр начальної літератури, 2011. – 384 с.
49. Дробитько Н.А. Теоретические подходы к оценке конкурентоспособности предприятия / Н.А. Дробитько // Вісник ХДЕУ. – 2011. – №4(20). – С.72-76.
50. Дроздова Г.М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства: Навч. посібник для студ. вузів. - К, Центр навч. літ.. 2011. - 247 с.
51. Зінь Е. А. Основи зовнішньоекономічної діяльності: Підручник для внз / Ред. Зінь Е. А. - К: Кондор, 2012. - 432 с.

52. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств/ І.В. Багорова, Н. І. Редіна, В. Є Власюк, О.О. Гетьман. За ред. д. е.н., проф. В.І. Багрової.; Підручник для ВНЗ. – К.: Центр навчальної літератури, 2013. – 580с.
53. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навч. посіб / Шкурупій О. В. , Гончаренко В. В., Артеменко І. А. та ін.; За заг.ред. Шкурупій О. В. - К: Центр учбової літератури, 2012. - 248 с.
54. Кириченко О.А. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: Навч. посібник. - К, Знання-Прес, 2002. - 382 с.
55. Кныш М.И. Конкурентные стратегии : [учеб. пособие] / М.И. Кныш. – СПб, 2011. – 284 с.
56. Козак Ю. Г. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств / Ю. Г. Козак, Н. С. Логвінова, І. Ю. Сіваченко; 2-ге видання перероблене та доповнене. — К. : ЦНЛ, 2006. — 792 с.
57. Лук'яненко Д.Г. Стратегії економічного розвитку в умовах глобалізації / Д.Г. Лук'яненко. – К. : КНЕУ, 2011. – 538 с.
58. Масляєва О.О. Економічна сутність категорії «конкурентоспроможність»: дефініція та систематизація / О.О.Масляєва // Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка" [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=737>
59. Міщенко А. П. Стратегічне управління : Навч. посібник. – Київ : "Центр навчальної літератури", 2013. – 336 с.
60. Позняк С.В. Конкурентні переваги і конкурентоспроможність / С.В. Позняк // Актуальні проблеми економіки. – 2014. – №1. – С. 50–55.
61. Прокопенко О.В. Удосконалення науково-методичного підходу до оцінки конкурентоспроможності продукції на міжнародному ринку / О.В.Прокопенко // Маркетинг і менеджмент інновацій. — 2012. — № 2. — С. 22-25.
62. Редченко К.І. Стратегічний аналіз у бізнесі / К.І. Редченко. – Львів: Новий світ -2003, 2011. – 272 с.

63. Румянцев А. П. Зовнішньоекономічна діяльність : навчальний посібник [для студ. вищ. навч. закл.] / Румянцев А. П., Румянцева Н. С. — К. : ЦНЛ, 2012. — 377 с.

64. Савчук О. Системний підхід до аналізу конкурентоспроможності промислового виробництва / О. Савчук // Економіст. – 2012. – № 12. – С. 58–61.

65. Сіваченко І.Ю. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства (організації) / І.Ю. Сіваченко. – К. : ЦУЛ, 2009. – 186 с.

66. Сіриченко М. Шляхи підвищення конкурентоспроможності української продукції на міжнародному ринку / М.Сіриченко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://kneu.edu.ua/ua/departments/conf_sep_14/s_1/

67. Синьогуб Н.В. Елементи комплексної системи заходів оцінки конкурентоспроможності товару на зовнішньому ринку / Н.В.Синьогуб [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/35_OINBG_2012/Economics/76344.doc.htm

68. Сисюк Л.П. Міжнародна конкурентоспроможність українських підприємств на світовому ринку / Л.П.Сисюк, Н.В. Плаксієв [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/3_ANR_2012/Economics/2_99687.doc.htm

69. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства : монографія / за заг. ред. Ю.Б. Іванова, О.М. Тищенка. – Харків : Вид-во ІНЖЕК, 2013. – 384с.

70. Фатхутдінов Р.А. Управління конкурентоздатністю організації: Підручник. – К.: Кондор, 2012. – 470 с.

71. Хінева М.Н. Міжнародна конкурентоспроможність продукції: сучасні методологічні питання аналізу / М.Н. Хінева [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=9621>

72. Шлюсарчик Б. Еволюція і співвідношення понять конкуренції та конкурентоспроможності / Б. Шлюсарчик // Академічний огляд. - 2012. - № 1. - С. 20-26.

73. Чухрай Н.І. Проблеми виходу українських підприємств на європейський ринок / Н.І. Чухрай, Л.Є. Сухомлин // Вісник Національного

університету "Львівська політехніка". – 2014. – № 684 : Проблеми економіки та управління. – С. 90–94.

74. Зайцева Н. О. Оцінка інтенсивності конкуренції у виноробній промисловості України [Електронний ресурс] / Н. О. Зайцева // Вісник Сумського державного університету. Сер. : Економіка. – 2015. – № 4. – С. 140–146. – Режим доступу:http://nbuv.gov.ua/j-pdf/VSU_ekon_2015_4_21.pdf

75. Колесник В.М. Оцінка привабливості зовнішніх ринків виноробної продукції / В.М. Колесник, Д.О. Бельмак // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=748>

76. Магійович Р. Маркетингові підходи до розширення ринку продукції виноградарства та виноробства [Електронний ресурс] / Р. Магійович, О. Васирина // Аграрна економіка. – 2014. – Т. 7, № 3–4. – С. 52–60.

77. Матвеев В. В. Шляхи підвищення конкурентного потенціалу виноробних підприємств України [Електронний ресурс] / В. В. Матвеев // Інтелект XXI. – 2015. – № 1. – С. 35–41. – Режим доступу:http://nbuv.gov.ua/j-pdf/int_XXI_2015_1_6.pdf

78. Осипов В. Виноградарство та виноробство України. Сучасний стан, проблеми, тенденції розвитку [Електронний ресурс] / В. Осипов, Л. Осипова // Економіст. – 2015. – № 5. – С. 28–31. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/econ_2015_5_8.pdf.

79. Попова М. М. Сучасний стан виноградарства і виноробства України та роль її окремих регіонів у розвитку галузі [Електронний ресурс] / М. М. Попова // Бізнес Інформ. – 2014. – № 7. – С. 136–142. – Режим доступу:http://nbuv.gov.ua/j-pdf/binf_2014_7_26.pdf

80. Радченко Т. М. Україна в сучасних тенденціях функціонування світового ринку винопродукції [Електронний ресурс] / Т. М. Радченко // Науковий вісник Миколаївського державного університету імені В. О. Сухомлинського. Серія : Економічні науки. – 2015. – № 1. – С. 70–76. – Режим доступу:http://nbuv.gov.ua/j-pdf/nvmduce_2015_1_15.pdf.

81. Харківський Д. Ф. Управління формуванням ринку продукції виноградарства [Електронний ресурс] / Д. Ф. Харківський, О. Б. Каламан, Ю. Б. Каламан // Економіка харчової промисловості. – 2016. – № 1. – С. 53–57. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/echp_2016_1_15.pdf

82. Яблонська Н. Аналіз резервів і шляхів розвитку виноробної галузі України / Н. Яблонська, Ю. Погоря // Наук. вісн. [Одес.нац. екон. ун-т]. – 2015. – № 2. – С. 163–170