

**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 підприємств (організацій)

на тему: «**Удосконалення експортно-імпортних операцій
будівельного підприємства (на прикладі ТОВ “Хай-Рейз Констракшнз
Холдинг”)**»

Виконавець:

студент 64
факультету Міжнародної Економіки
Астанов Джамшир Джамалович

Науковий керівник:

Кандидат економічних наук, доцент
Уханова Інна Олегівна

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНИХ ОПЕРАЦІЙ БУДІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА	7
1.1. Економічна сутність експортних та імпорتنих та імпорتنих операцій у зовнішньоекономічній діяльності підприємства.....	7
1.2. Чинники, що сприяють та протидіють здійсненню експортно-імпорتنих операцій підприємства.....	13
1.3. Методичні підходи щодо оцінки здійснення експортно-імпорتنих операцій підприємства.....	17
Висновки до першого розділу.....	6
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНИХ ОПЕРАЦІЙ ТОВ “ХАЙ-РЕЙЗ КОНСТРАКШНЗ ХОЛДИНГ”	27
2.1. Аналіз структури управління зовнішньоекономічною діяльністю ТОВ “Хай-Рейз Констракшнз Холдинг”.....	27
2.2. Аналіз чинників експортно-імпорتنих операцій ТОВ «Хай-Рейз Констракшнз Холдинг».....	32
2.3. Аналіз стану, структури та динаміки здійснення експортних та імпорتنих операцій ТОВ “Хай-Рейз Констракшнз Холдинг”.....	38
Висновки до другого розділу.....	7
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНИХ ОПЕРАЦІЙ БУДІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «ХАЙ-РЕЙС КОНСТРАКШНЗ ХОЛДИНГ»	48
3.1. Організаційні заходи з удосконалення експортно-імпорتنих операцій.....	48
3.2. Диверсифікація зовнішніх ринків збуту як чинник удосконалення експорту ТОВ «Хай-Рейс Констракшнз Холдинг».....	56
3.3. Удосконалення географічної структури імпорту ТОВ «Хай-Рейс Констракшнз Холдинг».....	64
Висновки до третього розділу.....	2
ВИСНОВКИ	4
Список використаних джерел	2

ВСТУП

Актуальність теми: На сьогоднішній день проблема ефективно функціонуючої сфери зовнішньоекономічної діяльності як в Україні, так і в усьому міжнародному співтоваристві є досить актуальною, оскільки така діяльність здійснюється в сучасному глобальному середовищі, що висуває жорсткі вимоги щодо якості продукції, її науково-технічного нововведення та відповідності вимогам міжнародних стандартів. Зростання зовнішньоекономічного розвитку підприємства та вміння ефективно ним управляти, як правило потребують збільшення витрат часу, організаційних та фінансових ресурсів, структурних та інституційних змін, однак здійснення такої діяльності на підприємстві дає змогу отримати економічно обгрунтовані рішення, які збільшують попит на продукцію, покращують його фінансовий стан і підвищують прибуток.

Питаннями розвитку системи зовнішньоекономічної діяльності підприємства, методичними й організаційними аспектами, займалися українські вчені такі Гребельник А.П., Дідковський М.І., Бабець І.Г., Біловодська О.А., Прокушев Є.Ф., Маховіков Г.А., Кравченко С. І., Лісогор Л.С., Марцин В. С., Маслак О. І., Мокій О.А. Пажуєва Т. О., Петрина Н.В. та інші. Основними перспективними напрямками вирішення даних проблем є удосконалення механізмів управління розвитком зовнішньоекономічної діяльності, що, в свою чергу, сприятиме підвищенню конкурентоспроможності вітчизняної продукції на зовнішніх ринках. Вищевикладене є актуальним і для підприємств будівельної галузі, особливо в умовах високо конкурентної сучасної світової економіки та подальшої інтеграції України у міжнародний економічний простір.

Мета роботи – дослідити стан та перспективи удосконалення експортно-імпортних операцій будівельних підприємств на прикладі ТОВ «Хай-Рейз Констракшнз Холдинг».

Для досягнення поставленої мети були визначені наступні завдання:

- визначити сутність та особливості ефективності зовнішньоекономічної діяльності будівельних підприємств;
- виявити чинники, що впливають на ефективність зовнішньоекономічної діяльності будівельних підприємств;
- проаналізувати методи визначення ефективності зовнішньоекономічної діяльності будівельних підприємств;
- дослідити сучасний стан зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Хай-Рейз Констракшнз Холдинг».
- розробити організаційні заходи з удосконалення експортно-імпортних операцій;
- позначити диверсифікацію зовнішніх ринків збуту як чинник удосконалення ЗЕД ТОВ «Хай-Рейс Констракшнз Холдинг»;
- розробити напрямки удосконалення географічної структури імпорту ТОВ «Хай-Рейс Констракшнз Холдинг»;

Об'єктом дослідження є експортно-імпортні операції ТОВ «Хай-Рейз Констракшнз Холдинг».

Предметом дослідження є теоретичні засади та практичні рішення удосконалення експортно-імпортних операцій ТОВ «Хай-Рейз Констракшнз Холдинг».

Методи дослідження базуються на загальнонаукових та емпіричних методичних прийомах економічної науки. У процесі дослідження застосовувалися економіко-статистичні й економіко-математичні методи аналізу, методи узагальнення, синтезу, графічні методи.

Інформаційною базою дослідження є нормативно-правові акти з питань зовнішньоекономічної діяльності, наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених щодо зовнішньоекономічної діяльності підприємства, методичних підходів до визначення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємств. Фактографічна інформація, використана в процесі дослідження, містить офіційні дані Державного комітету статистики України, Державної митної служби України, звітну інформацію досліджуваного підприємства.

Публікації та апробація результатів дослідження. За результатами виконання дипломної роботи опубліковано статтю на тему «Мотивація та принципи зовнішньоекономічної діяльності: втілення у зовнішньоекономічній діяльності підприємств України» на конференції «Потенціал сучасної науки» (м. Київ, 2017 р.) та статтю «Аналіз ефективності зовнішньоторговельної діяльності будівельних підприємств України (на прикладі «Хай-Рейз Констракшнз Холдинг»)» на Науково-практичній конференції «Наука у контексті сучасних глобалізаційних процесів» (м. Одеса, 2017 р.)

Структура роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел.

квадранту А – селективне зростання – так як воно знаходиться на привабливому ринку, але з низькою конкурентоспроможністю. За своїми ознаками відповідає «Важким дітям» на матриці БКГ. ТОВ «Хай-Рейз» необхідно залучати інвестиції або виходити з міжнародного ринку

До основних недоліків сучасного стану здійснення зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Хай-Рейз» можна віднести: висока залежність від практично одного імпортера таких енергоносіїв, як нафта та газ; імпорт великої кількості товарів. Саме тому для розвитку зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Хай-Рейз» необхідно вдосконалювати організаційно-економічні механізми здійснення їх зовнішньоекономічної діяльності. Основним напрямом підвищення ефективності експортної діяльності для ТОВ «Хай-Рейз» може стати визначення важелів впливу на споживчий попит. Із цією метою підприємству варто проводити детальний аналіз споживчого попиту та уподобань споживачів для визначення ресурсів, необхідних для задоволення споживчого попиту, а також спрямувати інвестиції в різноманітні механізми управлінського обліку та контролю, які мають безпосередній вплив на задоволення споживчого попиту.

Реалізація продукції ТОВ «Хай Рейз» відбувається в декількох регіонах України та в інших країнах. При чому більший експорт у товариства протягом 2016 року – на внутрішньому ринку (78,5%), тоді як на зовнішньому – 21,5%. Використовуючи аналітичні і графічні методи оцінки конкурентоспроможності, ми прийшли до висновку, що на міжнародному ринку присутність ТОВ «Хай-Рейс» практично не простежується. Здійснення зовнішньоекономічної діяльності підприємством, на жаль, поки не дозволяє йому конкурувати зі світовими лідерами в своїй області.

ВИСНОВКИ

В результаті проведеного у кваліфікаційній роботі дослідження можна дійти наступних висновків:

1. Експорт можна визначити як продаж товарів або послуг суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності іноземним суб'єктам господарської діяльності з вивезенням або без вивезення цих товарів через митний кордон. Імпорт – купівля суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності в іноземних суб'єктів господарської діяльності товарів або послуг з ввезенням або без ввезення цих на територію країни.

2. Фактори, що впливають на ефективність зовнішньоторговельної діяльності підприємства, можна охарактеризувати як способи, за допомогою яких підприємство може створювати, сформулювати і координувати свої дії на будь-яких ринках. Фактори припускають положення підприємства на ринку, особливості продукції в порівнянні з продукцією конкурентів, конкурентні переваги підприємства як наслідок узгодженості дій, життєвий цикл підприємства як результат ефективності правильно розробленої стратегії.

3. Конкретний розрахунок показників експортної та імпоротної діяльності буде в значній мірі залежати від виду операції на зовнішньому ринку, її цілей, умов і інших особливостей конкретної угоди. Основні показники ефективності експорту ми пропонуємо розглядати на базі методики, яка була запропонована Миролубовою Т.В. До них відносяться показник економічного ефекту від експорту товарів, продукції, робіт або послуг. За економічним змістом показник ефекту відповідає поняттю прибутку. Економічний сенс показника ефективності експорту полягає в тому, що він показує, яка кількість вигоди, результату є на кожен гривню витрат. Необхідною умовою ефективності експорту є те, щоб цей показник був більшим за одиницю. Для прийняття більш обґрунтованого рішення по експорту продукції показник ефективності експорту порівнюється з показником ефективності виробництва і реалізації продукції на внутрішньому ринку. Економічна ефективність імпорту розраховується по-різному в залежності від цілей здійснення імпорту: для власного споживання

або для реалізації на внутрішньому ринку. Економічний сенс показника економічного ефекту імпорту в тому, що він показує, який прибуток матиме імпортер, якщо придбає імпорتنу продукцію замість придбання (виготовлення) продукції, альтернативної імпортної. Показник економічної ефективності імпорту продукції для власного використання показує, у скільки разів імпортна продукція (товар) ефективніше продукції, альтернативної імпортної. Економічний сенс показника ефекту від імпорту товарів в тому, що він показує, який прибуток матиме імпортер від закупівлі і реалізації на внутрішньому ринку імпортних товарів. Показник економічної ефективності імпорту і реалізації товару на внутрішньому ринку в тому, що він показує, скільки рублів виручки отримує імпортер на кожен рубль витрат, пов'язаних з імпортом. Якщо підприємство займається експортом і імпортом одночасно, то для оцінки його роботи на зовнішньому ринку за певний період можуть бути розраховані інтегральні показники ефективності зовнішньоторговельної діяльності, він показує прибуток, яку мав учасник ЗЕД за відповідний період часу по всій сукупності експортно-імпортних операцій.

4. Одним з найсучасніших підходів до визначення міжнародної конкурентоспроможності будівельного підприємства є метод бенчмаркінгу. Сукупність визначень для бенчмаркінгу швидко збільшується, і тому важко сформулювати його точну характеристику. Мета бенчмаркінгу полягає в тому, щоб на основі дослідження надійно встановити ймовірність успіху підприємства. Одне з визначень бенчмаркінгу характеризує його як метод виявлення того, що інші роблять краще, і вивчення, удосконалення і застосування методів роботи інших організацій.

5. Товариство з обмеженою відповідальністю ТОВ "Хай Рейз Констракшнз Холдинг" - це велика будівельна організація, яка успішно працює на українському будівельному ринку з 2005 року. Завдяки інноваційним технологіям та використанню високоякісного обладнання, організація стала провідною компанією в області виробництва бетонних

сумішей на півдні України. Компанія "Хай-Рейз Констракшнз Холдинг" виробляє повний цикл робіт: від проектування і будівництва об'єктів до їхньої реалізації та подальшої експлуатації. У сферу діяльності компанії входять генпідрядні роботи, проектування, узгодження і супровід проектів, виробництво, продаж і доставка бетонних сумішей, надання послуг будівельної і спеціальної техніки, дорожнє будівництво, будівельні послуги та будівельні роботи. Основним принципом роботи компанії є гарантія якості і високі темпи виконання робіт на всіх етапах будівництва.

6. Процес організації управління ЗЕД здійснює лінійний або функціональний менеджер у межах керуючої системи загалом чи певного функціонального підрозділу. У товаристві це заступник директора з комерції та ЗЕД. Процес охоплює визначення обов'язків, повноважень і відповідальності; централізації і децентралізації управлінських функцій та організаційних зв'язків; діапазону і сфери діяльності; операцій і процедур підготовки, прийняття та реалізації управлінських рішень у сфері зовнішньоекономічної діяльності. На ТОВ "Хай Рейз" відділ зовнішньоекономічних зв'язків є самостійним структурним підрозділом. Основними завданнями відділу є розробка та укладання контрактів з іноземними фірмами, митне оформлення і здійснення інших митних процедур по отриманню та відправці вантажів.

7. На даний час будівельна галузь України має нестійку тенденцію розвитку, причиною цього є низка як внутрішніх, так і зовнішніх загроз, які виникають у підприємств галузі, але будівельна галузь є однією з найважливіших галузей промисловості будь-якої індустріально-розвинутої країни, тому потрібно аналізувати сильні, слабкі сторони, можливості та загрози розвитку будівельного комплексу, які притаманні більшості підприємствам даної сфери. За результатами проведеного SWOT-аналізу можна сказати, що ТОВ «Хай-Рейз Констракшнз Холдинг» має велику кількість слабких сторін та загроз. Основною проблемою є інвестиційна непривабливість підприємства, оскільки інвестори, перш за все звертають

увагу на такі показники, як прибутковість, розмір активів, величину виручки від реалізації, а ТОВ «Хай-Рейз Констракшнз Холдинг» хоч і має позитивну тенденцію – зростання виручки від реалізації, що говорить про розширення підприємством його обсягів діяльності, що є сильною стороною, але підприємство має низьку прибутковість та невисокі розміри активів. Власних коштів у ТОВ «Хай-Рейз Констракшнз Холдинг» недостатньо для оновлення основних фондів, що могло б підвищити ефективність діяльності підприємства. Сильними сторонами є те, що даний суб'єкт господарювання має високу якість продукції та дещо нижчі ціни (ТОВ «Хай-Рейз Констракшнз Холдинг» закуповує сировину та матеріали протягом багатьох років у одного постачальника, який надає певні знижки за свою продукцію), що дає йому можливість задоволення потреб споживачів. Для ТОВ «Хай-Рейз Констракшнз Холдинг» існує велика кількість загроз зовнішнього середовища, основними з яких є: посилення конкуренції на ринку, що може призвести до нерентабельної діяльності підприємства; часто змінюване законодавство, особливо податкове, що призводить до зміни податкових ставок; зростання цін, що може призвести до зменшення попиту на ринку та ін.

8. Для підвищення ефективності діяльності необхідно більше уваги приділяти стратегії збільшення обсягів фінансування (шляхом залучення вітчизняних та іноземних інвесторів), а також стратегії врахування якості будівництва та якості будівельних матеріалів. Стратегія якості будівництва повинна базуватися на системі екологічного забезпечення, використання сучасних технологій та матеріалів, відповідати нормам стандартизації та успішному залученню кадрового потенціалу. Підвищення якості надання послуг дозволить збільшити продуктивність праці, забезпечить ефективне використання основних фондів, економію сировини, матеріалів, палива та енергії.

9. ТОВ «Хай-Рейз Констракшнз Холдинг» для виходу на міжнародні ринки збуту дотримується експортної стратегії. Причому вихід

на зовнішні ринки підприємство здійснює за допомогою прямого експорту. Тобто підприємство працює з замовниками безпосередньо (веде пошук замовника, готує необхідні документи, проводить розрахунки, готує економічне обґрунтування необхідності роботи з даними партнером, веде переговори, укладає договори, здійснює умови контрактів і т.д.).

10. Виручка від реалізації зростала протягом 2012-2015 рр., проте у 2016 році вона знизилася на 9,8%, що говорить про погіршення діяльності ТОВ «Хай Рейз». Відповідно, зменшився балансовий прибуток (на 103%) та чистий прибуток (на 5,6%). Одночасно на підприємстві збільшилися повні витрати (на 10,8%). Рентабельність ТОВ «Хай Рейз» у 2016 р. склала 9,1%, що менше показника у 2015 р. на 41,7%. Реалізація продукції ТОВ «Хай Рейз» відбувається в декількох регіонах України та в інших країнах. При чому більший експорт у товариства протягом 2016 року – на внутрішньому ринку (9955 тис. дол. або 78,5%), тоді як на зовнішньому – 2728,3 тис. дол. (21,5%). Це зв'язано, у першу чергу, з конфліктом з Росією, із-за чого закривається даний ринок збуту. А по-друге, на зменшення експорту впливає погіршення платоспроможності населення та зниження ділової активності підприємств.

11. У 2016 р. на ТОВ «Хай Рейз» відбулося зниження реалізації продукції по всіх регіонах. У загальній кількості реалізація продукції зменшилася у 2016 р. по відношенню до 2015 р. на 4,1%. Найбільшу частку продукції ТОВ «Хай Рейз» відправляє в Словаччину (60%), у Білорусь (28%), а найменшу частку – у Росію (12%). Експорт продукції виріс у такі країни, як: Польща (на 2,2%), Чехія (0,2%), Словаччина (0,9%) та Молдова (1,7%). Це пов'язано насамперед із вільною торгівлею з країнами ЄС.

12. Найбільший обсяг продукції поставляється з Росії (61,1%), Литви (10,8%) та Польщі (9,1). Не дивлячись на погіршення відносин, Росія є лідером у імпорті. Імпорт із Чехії та Молдови найменший у зв'язку з виходом товариства на інші, більш привабливі, ринки.

13. ТОВ «Хай Рейз» імпортує різні види товарів, серед яких ворота, двері, альтанки; огорожі будь-яких конструкцій і модифікацій, елементи до них; квіткарки, підставки та інші художні вироби; решітки віконні, балконні будь-якої конфігурації; контейнери для сміття і харчових відходів; щогли, флагштоки і інші нестандартні конструкції, залізобетонні конструкції різних рівнів складності. Аналізуючи структуру збуту по різних видах імпортних товарів слід зазначити, що в 2016 році основна частина реалізації імпортних товарів припадала на залізобетонні конструкції – 34,9%, ще 21,6% склала реалізація теплиць; 19,3% структури припадало на решітки віконні та балконні, а 10,2% – на огорожі.

14. Показник економічного ефекту експорту у 2016 р. склав 1710 тис. грн. Показник економічної ефективності експорту склав 1,237 грн./грн. Для прийняття більш обґрунтованого рішення по експорту продукції показник ефективності експорту порівнюємо з показником ефективності виробництва і реалізації продукції на внутрішньому ринку, який дорівнює 1,25 грн./грн. У нашому випадку це співвідношення не дотримується: $1,237 < 1,25 > 1$. Це пов'язано, перш за все, з низьким курсом валюти. Показник економічного ефекту імпорту склав 1.1 грн./грн., що вище за 1.

15. На ТОВ «Хай-Рейс Констракшнз Холдинг» активно ведеться робота щодо створення іміджу підприємства, проте для удосконалення забезпечення експортно-імпортних операцій ТОВ «Хай-Рейс Констракшнз Холдинг» необхідно брати участь у професійних виставках. Виставки дають можливість швидко вивчити міжнародний ринок і зібрати в короткий термін необхідну інформацію. Це найбільш вигідне місце для позиціонування ТОВ «Хай-Рейс Констракшнз Холдинг», формування партнерських договірних відносин із посередниками, споживачами, іншими господарюючими суб'єктами ринку. Ми пропонуємо підприємству брати участь у таких виставкових заходах як ASTA-CONSTRUCTOR (Тампере, Фінляндія), Міжнародна будівельна виставка – CONECO (Братислава, Словаччина) та польська виставка будівництва й архітектури – BUDMA, найбільші форуми

будівельних технологій у Центральній і Східній Європі. Вони знаходяться у сусідніх країнах і не вимагають великих вкладень для відвідування, KyivBuild Ukraine – лідируюча в Україні міжнародна виставка будівельних і оздоблювальних матеріалів. Щорічно у виставці беруть участь понад 200 компаній – вітчизняні та зарубіжні виробники і постачальники. Участь у цих виставках дає можливість швидко вивчити міжнародний ринок і зібрати в короткий термін необхідну інформацію. Це найбільш вигідне місце для позиціонування ТОВ «Хай-Рейс Констракшнз Холдинг», формування партнерських договірних відносин із посередниками, споживачами, іншими господарюючими суб'єктами ринку.

16. Аналіз міжнародної конкурентоспроможності ТОВ «Хай-Рейс Констракшнз Холдинг» у порівнянні з іноземними компаніями, що працюють у цій галузі – компаніями Stalcom (Польща), GS ARCH (Чехія) і BRZ UG (Німеччина) за функціональним, ресурсним, технологічним та організаційним блокам показав, що загальний рейтинг підприємства по блокам становить 3. Це свідчить про те, що підприємство знаходиться на середньому рівні і відповідає галузевим стандартам, займає стійкі позиції на ринку. Але на підприємстві не спостерігається тенденції розвитку в області інновацій з тих чи інших причин, що може спричинити за собою несприятливі наслідки для міжнародної конкурентоспроможності підприємства. ТОВ «Хай-Рейс» відноситься до категорії «Важкі діти» на матриці БКГ, що свідчить про те, що підприємство показує високі темпи зростання і займає малу частку ринку. У перспективі вони можуть стати як «Зірками», так і «Собаками». Результати зваженої оцінки фінансової сили підприємства (4,3 бала) свідчать про наявність певних проблем на підприємстві, пов'язаних із забезпеченням ефективного використання вкладеного капіталу. Рівень конкурентоспроможності підприємства є високим (8,7 бала), що говорить про знання керівництвом підприємства секрету доходності бізнесу, про достатньо високий рівень якого свідчать

високі оцінки привабливості та стабільності галузі (7,1 бала та 6,3 бала відповідно).

17. Досвід зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Хай-Рейс» підтверджує необхідність урахування особливостей зовнішнього ринку. А це передусім урахування перспективної зміни попиту на продукцію та можливість зміни обсягу виробництва, коливання світових цін, зміну витрат на виробництво зі зміною обсягу випуску продукції. На нашу думку, основним напрямом підвищення ефективності експортної діяльності для ТОВ «Хай-Рейс» може стати визначення важелів впливу на споживчий попит. Із цією метою підприємству варто проводити детальний аналіз споживчого попиту та уподобань споживачів для визначення ресурсів, необхідних для задоволення споживчого попиту, а також спрямувати інвестиції в різноманітні механізми управлінського обліку та контролю, які мають безпосередній вплив на задоволення споживчого попиту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Building and construction — Make it in Germany [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.make-it-ingermany.com/en/for-qualified-professionals/working/industry-profiles/building-and-construction>
2. Kotler P. Principles of Marketing / P. Kotler, G. Armstrong. — 16-th ed. — N.-Y. : Pearson Education Limited, 2016. — 692 p.
3. McWilliam G. Low involvement brands: is the brands manager to blame? / G. McWilliam // Market. Intell. And Plann. — 2012. — № 3. — P. 60-70.
4. State of the Construction Industry 2015 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://www.lowesforpros.com/articles/state-of-the-construction-industry-2015_a2341.html.
5. Абілов І.А. Практичний менеджмент. Важелі управління конкурентоспроможністю, шляхи підвищення міжнародної конкурентоспроможності / І.А. Абілов, І.І. Алієв- О .: ЧП «Книги Одеси», 2013.-197с.
6. Балабанова Л. В. Стратегічне маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств / Л. В.Балабанова, В. В. Холод. — К: Професіонал, 2014. — 448 с.
7. Балабанова Л.В. Комерційна діяльність: маркетинг і логістика / Л.В.Балабанова, А.М.Германчук- К .: ВД "Професіонал", 2014.- 288с.
8. Баланс (Звіт про фінансовий стан) ТОВ «Хай-Рейз Констракшнз Холдинг» за 2014 – 2016 роки.
9. Василенко В.О. Виробничий (операційний) менеджмент / В.О. Василенко, Т.І.Ткаченко- К .: ЦУ10, 2012.- 360 с.
10. Вітілінській В. В. Ріскологія в економіці і в підприємстві: Монографія / В.В.Вітілінській, Г.І. Великоиваненко - К .: КНЕУ, 2014. - 480 с.
11. Воронкова А. Е., Кокура Е. В. Декомпозиція процесу підвищення конкурентоспроможності підприємства на зовнішньому ринку / Воронкова А. Е., Кокура Е. В .: Бізнес інформ- 2015.-К.: 2015.Вип.7-58с .

12. Гіл Ч.В. Міжнародний бізнес: Конкуренція на глобальному ринку / Чарльз Гіл- К .: Видавництво Соломії Павличко "Основи", 2013.- 856 с.
13. Гуменна О. Методичні підходи до аналізу виставкової діяльності // Економіка АПК. - 2014. - № 7. - С.44-50
14. Должанський І.З. Конкурентоспроможність підприємства / І.З. Должанський, Т.О. Загорна - К .: Центр навчальної літератури, 2012. - 384 с.
15. Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) ТОВ «Хай-Рейз Констракшнз Холдинг» за 2014 – 2016 роки.
16. Зовнішня торгівля товарами підприємств України: статистичний огляд і можливі шляхи розвитку / Дячок В. В .: Бізнес інформ - 2015.-К. діє до: 2015, Вип. 4-50 с.
17. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств / За ред. Ю.Г. Козака, Н.С. Логвінової, І.Ю.Сіваченка- К .: Центр наукової літератури, 2012- 792 с.
18. Зовнішньоекономічна діяльність регіону / Под ред. О.А.Ермакова, Ю.Г.Козак - К .: Центр наукової літератури, 2012- 650 с.
19. Іванов Ю.Б. Конкурентні Переваги підприємств: оцінка, формування та розвиток: Монографія / Іванов Ю.Б., Орлов П.А., Іванова О.Ю. - Х .: ВД «ІНЖЕК», 2014. - 352 с.
20. Кириченко О. А. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: Підручник. - 2-ге вид., перероб. і доп.– К.: Знання, 2012 – 386 с.
21. Кокура Е. В. Особливості впливу факторів на конкурентоспроможність підприємства на зовнішньому ринку / Є.В. Кокура - К .: Знання-Прес, 2015.- 133 с.
22. Коломацька С.П. Зовнішньоекономічна діяльність в Україні: правове регулювання та гарантії здійснення: Навч.посіб. / С.П. Коломацька – К.: Професіонал, 2014.
23. Коломієць І.Ф. Підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства в системі факторів інтернаціоналізації / Конкуренція. - 2014. - № 3. - С. 16-26.

24. Крупка Я. Д., Задрожний З. В., Мельник Р. О. Облік в будівництві: Підручник. — Тернопіль: Економічна думка. — 2016. — 608 с.
25. Лобачева І. Ф. Особливості економічного аналізу собівартості продукції виробничого підприємства / І. Ф. Лобачева, В. Б. Шаргородська, Ю. А. Коновал // Економічні науки / 14. Економічна теорія. – 2014.
26. Луньов В. Д. Маркетингове планування на підприємстві / В. Д. Луньов. – К: Будівельник, 2017. – 231 с. 11.
27. Меньшов В. Д. Практичні завдання маркетингової стратегії розвитку підприємства / В. Д. Меньшов. – К: МАУП, 2012. – 135 с.
28. Методика економічного аналізу та її структурні елементи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://pidruchniki.com/1180040841864/ekonomika/metodika_analizu#636.
29. Михайлов В.С., Сафіуллін Ю. Г. Міжнародний маркетинг. - Київ .: НДІ статистики, 2017. - 179с.
30. Михайлова Л. І. Управління підприємством / Л. І. Михайлова. – С: СОД, 2013. – 211с. 12.
31. Міжнародні інтеграційні процеси і стан конкурентоспроможності країни / Чорна О. А., Арутюнян В. А., Калугін С. П. .: Бізнес інформ- 2012. - К .: 2012 Вип. 5-51 с.
32. Мірошніченко Є.А. Аналіз факторів, що впливають на Конкурентоспроможність підприємства. / Економіка та підприємництво №1, 2017 р. - 116-121 с.
33. Орлов П.А., Піддубна А.І. Розвиток управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: системний підхід / Економіка розвитку. ХНЕУ. Науковий журнал. - 2015. - №1 (33). - С. 114-119.
34. Перепьолкін В.А. Інституційні основи конкурентоспроможності країни на світовому ринку капіталів / Фінансовий капітал: Зб. науч. тр. - М .: Логос, 2015. - С. 209-225.
35. Петруня Ю., Крук С. Чинник змін конкурентних умов у підприємницькій діяльності / Економіка регіонів. - 2013. - № 7. - С. 70-71.

36. Пинда Ю.В. Роль будівельного сектору в економічній системі держави / Ю.В. Пинда // Молодий вчений. — 2015. — № 2 (17). — С. 230–233.
37. Піддубна А.І. Системні аспекти проблеми управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства / Економіка розвитку. ХНЕУ. Науковий журнал. - 2015. - №2 (34). Спецвипуск. - С. 76-80.
38. Положення про структуру підприємства ТОВ «Хай-Рейз Констракшнз Холдинг»
39. Портер М. Конкуренція: Навчальний посібник: Пер.с англ. - М. : Видавничий дім «Вільямс», 2013. - 495 с
40. Портер М. Міжнародна конкуренція: Пер. з англ. (Під редакцією і з передмовою В.Д.Щетініна. М., Міжнародні відносини, 2013.
41. Практика формування взаємовідносин у будівництві в умовах однорівневої системи ціноутворення: Збірник офіційних нормативних документів./ Уклад. А. В. Беркута, П.І. Губонь, В. Г. Іванькіна, Т. О. Шарапова. — К.: НВФ «Інпроект», 2012. — 362 с.
42. Пригара О. Ю. Методика оцінки ризиків міжнародною діяльністю підприємства / О.Ю. Пригара, Л.А. Ярош-Дмитренко - К. : Знання-Прес, 2015.- 633 с.
43. Рогожин П. С. , Гойко А. Ф. Економіка будівельних організацій. — К.: Видавничий дім «Скарби», 2013. — 448 с.
44. Сергієнко О.О. Інструментарій дослідження оцінки та аналізу рівня конкурентної позиції підприємств / Е.А.Сергиенко, М.С.Татар-Д. : Наукова книга, 2014. - 255 с.
45. Соболева-Терещенко О.А. Комплексна оцінка експорту товарів // Економіка. Фінанси. Право. - 2017. - №2. - С. 12-13.
46. Спіріна М.В. Стратегія управління конкурентоспроможністю підприємства // Актуальні проблеми економіки. - 2014. - № 8. - С. 176-181.
47. Томпсон А.А., Стрікленд А.Д. Стратегічний менеджмент: перев. з англ. - М. : ЮНИТИ, 2013. - С. 43-64.

48. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств: Навч. посібник / За ред. І. Ю. Сіваченко, Козака Ю.Г., Логвінової Н.С. - Київ: ЦНЛ, 2014. - 310 с.
49. Фатхутдінов Р.А. : Конкурентоспроможність: економіка, стратегія, управління - М. : «Инфра-М», 2015 - 312 с.
50. Федонін, О. С, Потенціал підприємства: формування та оцінка: навчальний посібник / Федонін О. С., Репіна І. М., Олексюк О. І. - К. : КНЕУ, 2014. - 316 с.
51. Філософа Т. Г. Сучасні проблеми стратегічного управління конкурентоспроможністю міжнародного бізнесу / Міжнародна економіка. - 2014. - №11
52. Фомічов В.І. Міжнародна торгівля: Підручник; 2-е изд., Перераб. і доп. / В.І. Фомічов - М. : ИНФРА-М, 2014.- 446 с
53. Характеристика основних показників розвитку зовнішньоекономічного сектора країни [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://pidruchniki.com/1461121553820/ekonomika/harakteristika_osnovnih_pokaznikov_rozvitku_zovnishnoekonomichnogo_sektora_krayini.
54. Харченко Т.Б. Забезпечення конкурентоспроможності підприємств як засіб ринкового Реформування економіки / АПЕ. - 2013. - № 2. - С. 70-73.
55. Чупик Г.Р. Наукові підходи до визначення категорій "конкуренція" та "Конкурентоспроможність" / Вісник Львівської КА. - 2016. - № 22. - С. 55-58.
56. Шкардун В. Інтегральна оцінка конкурентоспроможності підприємства / Маркетинг. - 2015. - № 1. - С. 38-50.
57. Шкурупій О.В. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://libfree.com/128619811-ekonomikazovnishnoekonomichna_diyalnist_pidpriyemstva_shkurupiy_ov.html
58. Шнипко О. Політика Підвищення конкурентоспроможності: досвід розвинення стран та Україна / Економіст. - 2016. - № 8. - С. 33-35
59. Юданов А.Ю. : Конкуренція: теорія і практика / А.Ю. Юданов - М. : «Гном-Пресс», 2014 - 432 с.

60. Яковлев А. А. Управление конкурентоспособностью промышленных предприятий: теория и практика: Автореф. дис. д-ра экон. наук: 08.00.05 / А.А. Яковлев. - М., 2014. - 46 с.