

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра міжнародних економічних відносин

Допущено до захисту
завідувач кафедри
д.е.н., проф. Козак Ю.Г.
“ ” _____ 2018 р.

ВИПУСКНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності міжнародна економіка
за темою:
«Шляхи підвищення міжнародної конкурентоспроможності промислового підприємства (на прикладі ПАТ «Одескабель»)»

Виконала: студентка 4 курсу, групи 3
спеціальності 6.030503 Міжнародна економіка
Коротких Крістіна Вячеславівна
Науковий керівник: д.е.н, професор
Козак Юрій Георгійович

ЗМІСТ

	Стор.
ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ	6
1.1. Сутність та роль міжнародної конкурентоспроможності промислових підприємств.....	7
1.2. Чинники, що впливають на міжнародну конкурентоспроможність промислових підприємств.....	12
1.3. Методи оцінки міжнародної конкурентоспроможності промислових підприємств.....	16
Висновки до розділу 1.....	19
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА ПАТ «ОДЕСКАБЕЛЬ»	21
2.1. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності ПАТ «Одескабель».....	21
2.2. Аналіз чинників та показників міжнародної конкурентоспроможності ПАТ «Одескабель».....	32
2.3. Аналіз складових елементів та визначення інтегрального показника конкурентоспроможності ПАТ «Одескабель»...	37
Висновки до розділу 2.....	47
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ (НА ПРИКЛАДІ ПАТ «ОДЕСКАБЕЛЬ».....	50
3.1. Вибір міжнародної конкурентної стратегії ПАТ «Одескабель» та механізму її реалізації.....	50
3.2. Економічне обґрунтування обраної стратегії.....	57
Висновки до розділу 3.....	60
ВИСНОВКИ.....	62
Список літературних джерел.....	69

ВСТУП

Підвищення міжнародної конкурентоспроможності промислового підприємства полягає в тому, що зовнішня торгівля розглядається сьогодні як важлива галузь народного господарства, що надає помітний вплив на економічний розвиток країни.

В сучасних умовах конкурентоспроможність є найважливішим показником будь-якого підприємства. Для того, щоб цей показник займав високі позиції потрібно завжди докладати зусилля, вивчати своїх конкурентів, споживчий попит, удосконалювати і розвивати свою організацію. Тільки при повній поінформованості та аналізі всіх факторів, можна виявляти стратегії розвитку і планувати подальшу діяльність, яка сприятиме підвищенню конкурентоспроможності підприємства. Але існує ряд проблем, на які слід звертати увагу. В першу чергу потрібно розуміти, що нестабільне зовнішнє середовище може вплинути на діяльність підприємства, будь то нестабільний курс валют або загострення міжнародних відносин.

При оцінці ступеня розробленості проблем міжнародної конкурентоспроможності промислового підприємства слід зазначити, що цій темі присвячено ряд праць, однак, більшість сучасних досліджень носить фрагментарний характер.

Широке коло питань, присвячених проблемам міжнародної конкурентоспроможності промислового підприємства знайшло своє відображення в наукових роботах вітчизняних та зарубіжних вчених, серед яких: Г.Л. Азоєв, Г.Л. Багієв, О.С. Віханський, І.М. Герчикова, Є.П. Голубков, Г.Я. Гольдштейн, І. Ансофф, А.А. Марченко, М.І. Книш, Ю.Г. Ковальська, В.Є. Момот, С.Ю. Хамініч, А.А. Шубін, Р.А. Фатхутдінов, Ф. Буккерель, А. Дайан, Ф. Котлер, Ж.-Ж. Ламбен, Г. Мінцберг, М. Портер, А.Дж. Стрікланд, А.А. Томпсон та багато інших.

Мета дослідження полягає у дослідженні теоретико-виробничих положень та рекомендацій щодо підвищення міжнародної конкурентоспроможності промислового підприємства.

Цільова спрямованість роботи обумовлена вирішенням наступних **завдань**:

- розкрити поняття конкуренція та конкурентоспроможність та визначити вплив на функціонування підприємства;
- проаналізувати чинники, що впливають на міжнародну конкурентоспроможність промислових підприємств;
- визначити методи оцінки міжнародної конкурентоспроможності промислових підприємств;
- розглянути організаційно-економічну характеристику ПАТ «Одескабель»;
- проаналізувати чинники та показники міжнародної конкурентоспроможності ПАТ «Одескабель»;
- розрахувати інтегральний показник міжнародної конкурентоспроможності і дати його інтерпретацію;
- здійснити вибір конкурентної стратегії ПАТ «Одескабель»;
- представити економічне обґрунтування обраної стратегії.

Об'єктом дослідження є процес підвищення міжнародної конкурентоспроможності промислового підприємства.

Предметом дослідження є сукупність теоретико-методичних і практичних аспектів підвищення рівня міжнародної конкурентоспроможності промислового підприємства.

Методи дослідження – діалектичний та системний аналіз, економіко-статистичні методи, методи системного, статистичного й графічного аналізу.

Інформаційну базу дослідження склали наукові концепції вітчизняних та зарубіжних вчених, матеріали наукових конференцій, збірники наукових праць, спеціальна економічна література, періодичні видання, нормативно-правові акти України, інформаційні матеріали та офіційна звітність ПАТ «Одескабель»..

Практична значущість випускної роботи полягає в поглибленому і детальному вивченні теоретичних та практичних основ з підвищення міжнародної конкурентоспроможності промислового підприємства.

Структура роботи побудована в логічній послідовності і відображає поступове досягнення мети курсової роботи за допомогою вирішення окремих завдань.

Випускна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел.

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Проведені в дипломній роботі розрахунки показали, що після впровадження вище представлених заходів ПАТ «Одескабель» ефект буде становити 15442 грн. прибутку. Після впровадження даних заходів, на підприємстві збільшиться обсяг залучених клієнтів, що в свою чергу призведе до збільшення обсягу реалізації продукції в майбутніх роках.

Таким чином, пропоновані рекламні заходи для ПАТ «Одескабель» принесуть компанії прибуток і тому є економічно ефективними. Впровадження запропонованих рекламних заходів буде одним з факторів підвищення прибутку і міжнародної конкурентоспроможності компанії ПАТ «Одескабель».

ВИСНОВКИ

В процесі вивчення теоретико-методичних і практичних аспектів дослідження міжнародної конкурентоспроможності промислових підприємств були зроблені певні висновки.

Аналізуючи підходи авторів до сутності поняття «конкурентоспроможність», можна зробити висновок, що конкурентоспроможність підприємства в умовах ринкової економіки є узагальнюючою характеристикою діяльності господарюючого суб'єкта, що відображає рівень ефективності використання підприємством економічних ресурсів в порівнянні з ефективністю використання економічних ресурсів конкурентами.

Міжнародна конкурентоспроможність підприємства - це його здатність ефективно функціонувати на зовнішньому ринку, а також можливість ведення ефективної фінансово-господарської, зовнішньоекономічної діяльності та досягнення лідируючих позицій у міжнародному конкурентному середовищі.

Основні фактори, що впливають на конкурентоспроможність фірми можна поділити на внутрішні (виробництво, маркетинг, персонал, система менеджменту) та зовнішні (природні, соціальні, правові, економічні, політичні умови). Особливу роль відіграє мінливість кон'юктури ринку та поведінки учасників ринку: постачальників, споживачів, конкурентів.

В дипломній роботі було досліджено середовище функціонування ПАТ «Одескабель» та визначено шляхи підвищення міжнародної конкурентоспроможності підприємства.

ПАТ «Одескабель» пропонує широкий спектр волоконно-оптичних кабелів.

Аналіз реалізації продукції ПАТ «Одескабель» свідчить про значне зростання товарообігу за період з 2013 по 2017 р., величина приросту складає 10724 тис грн., або 133 %. Якщо проводити порівняння по рокам, то в 2014 році товарообіг збільшився на 2115 тис грн., в той час як в 2017 році цей показник склав 3315 тис.грн. Проведені дослідження асортименту показують, що в структурі асортименту ПАТ «Одескабель» відбулися зміни в бік зростання в загальному обсязі відносної частки готової продукції. Так, якщо у 2013 р. співвідношення кабелів та проводу складало 86,5 % : 13,5 %, то у 2017 р. ці показники склали 75,8 % : 24,2 % відповідно. Однією з причин зростання реалізації проводу є вихід підприємства на нові ринки.

Що стосується ситуації на зовнішньому ринку, то тут загальне збільшення по реалізації продукції у 2017 р. склало 1218,7 тис.грн. Збільшення відбулося за рахунок збільшення реалізації кабелів контрольних алюмінієвих КВВГ, кабелів контрольних мідних КВВГ, проводів ізолюваних для повітряних ліній електропередачі АВКАПс, проводів самонесучих ізолюваних СП-1, СП-2, проводів монтажних НВМ, НВ, проводів для електричних установок мідних ППВ. Така продукція, як кабелі управління гнучкі КГВВ не є основним джерелом прибутку підприємства, тому що кількість замовлень на них не значна. За три роки обсяг реалізованої продукції за даним видом продукції на внутрішньому ринку зменшився на 224,8 тис.грн., на зовнішньому на 95 тис.грн.

Трудовий потенціал ПАТ «Одескабель» характеризується системою показників: кваліфікаційний склад працівників фірми, плинність та стабільність складу, показник змінності персоналу.

У 2016 р. порівняно з 2014 р. спостерігається збільшення чисельності персоналу на 263 особи, зокрема за рахунок збільшення керівників на 20 осіб, спеціалістів на 114 осіб, робітників на 111 осіб та допоміжних працівників на 18 осіб. При цьому коефіцієнт співвідношення основних та допоміжних робітників, а також коефіцієнт співвідношення виробничого та управлінського персоналу збільшився на 1,3% та 7,2% відповідно. Найбільшу частку у структурі середньооблікової чисельності персоналу займають робітники (60,9% у 2014 р., 57,0% у 2015 р. та 57,9% у 2016 р.).

Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємства показав, що воно покращує свою діяльність кожен рік, про що свідчить проведений фінансово-економічний аналіз згідно якого було визначено, що підприємство є платоспроможним та фінансово стійким.

Характеристика макросередовища ПАТ «Одескабель» показала, що соціальна, політична, економічна ситуація в Україні з огляду на сучасні умови характеризується негативними тенденціями і загалом не може сприяти підвищенню конкурентоспроможності ПАТ «Одескабель». У зв'язку з тим, що неможливо покращити стан макросередовища, доцільним буде пристосуватися до змін його чинників.

Основними конкурентами підприємства є: ТОВ «DeepNet Україна», ТОВ «ОПТОКОН Україна», «TITANEX» (Франція), «Lapp Group» – Німеччина (Штутгарт), «ARISTONCAVI» (Italy), «HELUKABEL» (Germany) та інші.

Частка досліджуваного підприємства на міжнародному ринку волоконно-оптичних кабелів є не маленькою та становить 24,3%, але підприємство не є лідером. Також, бачимо, що найбільшим конкурентом на ринку є «HELUKABEL» (Німеччина).

За результатами проведеного SWOT-аналізу можна визначити, що ПАТ «Одескабель» має ряд сильних сторін і можливостей на ринку волоконно-

оптичних кабелів. Позиція підприємства є сприятливою, однак враховуючи можливості розвитку підприємства, можна очікувати налагодження господарських зв'язків.

Найбільш слабкими місцями в досягненні більшого рівня конкурентоспроможності є: ринкова частка, організація та менеджмент, система просування та збуту.

Одним із суттєвих недоліків в діяльності ПАТ «Одескабель» є недостатній рівень організації реклами, що може впливати на зниження конкурентоспроможності підприємства. Так, підприємство має сайт, але не звертає уваги на інші інструменти в рекламі, що може суттєво знижувати обізнаність про підприємство на ринку, а як наслідок зменшувати кількість потенційно можливих клієнтів.

Загалом, для того, щоб покращити рівень міжнародної конкурентоспроможності підприємства необхідно звернути увагу на такі особливості:

1. Збільшити ринкову частку шляхом збільшення обсягу збуту продукції (залучення нових клієнтів, збільшення обсягу продажу існуючим клієнтам).

2. Структура продажів ПАТ «Одескабель» має бути підкріплена ефективною політикою стимулювання та просування, що дасть можливість посилити конкурентні позиції шляхом збільшення частки ринку.

3. Система управління конкурентоспроможністю не є досконалою. Керівництву ПАТ «Одескабель» потрібно переглянути існуючі стандарти управління конкурентоспроможністю та вибрати оптимальну стратегію розвитку.

Важливим напрямом удосконалення конкурентоспроможності ПАТ «Одескабель» є удосконалення проведення рекламних заходів. Не зважаючи на те, що компанія має власний сайт, доцільним є розглянути й інші джерела проведення рекламних заходів.

Зважаючи на вищевикладене, ПАТ «Одескабель» пропонується розробити маркетингову стратегію зростання. Під стратегією «зростання» розуміємо розширення масштабів діяльності обсягів збуту та прибутку даного підприємства.

ПАТ «Одескабель» обов'язково повинен створити свою рекламну компанію для того, щоб товар продавався набагато швидше і оборот в такому випадку стане набагато вище.

Пропозиції щодо рекламної кампанії ПАТ «Одескабель»: розміщення реклами в газетних виданнях: газета «Одеське життя», газета «Одеський вістник»; науково-практичний журнал «Економіка промисловості»; «Нова газета»; газета «Вечірня Одеса»; реклама на радіо; установка двох банерів на закордонних сайтах; просування в мережі Інтернет.

Всі рекламні кампанії в кінцевому підсумку спрямовані на отримання прибутку. Незважаючи на те, що компанія ПАТ «Одескабель» працює стабільно – це видно зі звіту про фінансові результати, кожна організація не може стояти на місці, тому необхідно прагнути до збільшення показників. У зв'язку з цим було запропоновано маркетингова стратегія щодо підвищення ефективності реклами.

Проведені в дипломній роботі розрахунки показали, що після впровадження вище представлених заходів ПАТ «Одескабель» ефект буде становити 15442 грн. прибутку. Після впровадження даних заходів, на підприємстві збільшиться обсяг залучених клієнтів, що в свою чергу призведе до збільшення обсягу реалізації продукції в майбутніх роках.

Таким чином, пропоновані рекламні заходи для ПАТ «Одескабель» принесуть компанії прибуток і тому є економічно ефективними. Впровадження запропонованих рекламних заходів буде одним з факторів підвищення прибутку і міжнародної конкурентоспроможності компанії ПАТ «Одескабель».

СПИСОК ЛІТЕРАТУРНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абрамова И. Г., Абрамов Д. А. Конкурентоспособность продукции как основа выбора стратегии развития предприятия авиационного комплекса // Известия Самарского научного центра РАН. 2010. №1-2.
2. Александрова Ю.Ю. Современное содержание механизма конкуренции // Проблемы современной экономики. –2007. – № 1(21).
3. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика / Г.Л. Азоев. – М.: ЦЭИМ, 2001. – 207 с.
4. Аристов О.В. Конкурентность и конкурентоспособность / О.В. Аристов. – М.: Теис, 2009. – 203 с.
5. Белкин В.Г. Конкурентная среда и конкурентоспособность экономических объектов: монография / В.Г. Белкин, Ю.Д. Шмидт, И.М. Романова. – Владивосток: Изд-во ТГЭУ, 2007. – С. 95.
6. Брулев Е.С. Управление конкурентоспособностью предприятий: автореферат / Е.С. Брулев. 2006. 26 с.
7. Бурдина А.А. Влияние рисков на конкурентоспособность предприятия // Экономический анализ: теория и практика. 2006. №2.
8. Василенко В.І. Стратегічне управління підприємством: навч. посіб. / В.І. Василенко, Т.І. Ткаченко. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 356 с.
9. Васильева З.А. Иерархия понятий конкурентоспособности субъектов рынка // Маркетинг в России и за рубежом. – 2006. - №2
10. Воронов А.А. Конкуренция в XXI веке // Маркетинг. 2001. № 5.
11. Воронов Д. С., Криворотов В.В. Пути повышения конкурентоспособности предприятия//Проблемы организации конкурентоспособного производства и повышения устойчивости производственных систем. Сборник научных статей. Екатеринбург: Изд-во УГТУ-УПИ, 2001. – с. 481-488.
12. Гельвановский М., Жуковская В., Трофимова И. Конкурентоспособность в микро-, мезо- и макроуровневом измерениях // Рос. экон. журн. 1998. № 3. С. 34;

13. Герчикова И.Н. Менеджмент: Учебник для вузов / И.Н. Герчиков. – 4-е изд., перераб. и доп. – М: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 511 с.
14. Гершун А. Технологии сбалансированного управления / А. Гершун, М. Горский. – М.: Маг консалтинг, 2005 – 409 с.
15. Дуброва О.С. Процес розробки та реалізації конкурентної стратегії підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?Operation=1&iid=332>
16. Завьялов П. Конкурентоспособность и маркетинг // Рос. экон. журн. 1995. № 12. С. 25;
17. Завьялов П.С. Международная конкурентоспособность (на уровне национальной экономики, отрасли, предприятия, товара) / П.С. Завьялов, Г.Л. Азоев, К.В. Швандар. – М.: ВНИИВС, 1997. – 96 с.
18. Зулькарнаев И.У., Ильясова Л.Р. метод расчета интегральной конкурентоспособности промышленных, торговых и финансовых предприятий // Маркетинг в России и за рубежом. 2015. № 4 (24). С. 17-27.
19. Калиева О.М., - Эволюция научных взглядов на сущность конкурентоспособности в экономике // Вестник ВУиТ. 2015. №1 (33) – с.12.
20. Каткало В. С. Эволюция теории стратегического управления. СПб.: Издат. Дом С.-Петерб. гос ун-та, 2008. – 548 с.
21. Кіндрацька Г.І. Стратегічний менеджмент: навч. посібник / Г.І. Кіндрацька. – 2-ге вид., переробл. і доп. – К.: Знання, 2010. – 406 с.
22. Кормнов Ю. Ориентация экономики на конкурентоспособность // Экономист. — 1997. — № 1 — С.39.
23. Кныш М.И. Конкурентные стратегии: Учеб. пособ. / М.И. Кныш. – СПб.: Б.и., 2006. – 284 с.
24. Кобиляцький Л.С. Управління конкурентоспроможністю: Навч. посіб. / Л.С. Кобиляцький. – К.: Зовн. торгівля, 2003. – 304 с.
25. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / Майкл Е. Портер; Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 454 с.

26. Кошелупов І.Ф. Управління конкурентоспроможністю підприємства: Навч. посіб. / І.Ф. Кошелупов. – Одеса: ОДЕУ, 2009. – 152 с.
27. Кравченко О.В. Поняття стратегії в стратегічному управлінні / О.В. Кравченко // Вісник СНАУ. – 2007. – №1 (22). – С. 267–272.
28. Кривенко Л.В. Конкурентная стратегия предприятия: теория, методология, практика: монография / Л.В. Кривенко, В.М. Милашенко, С.В. Кривенко; Гос. вуз «Укр. акад. банк. дела Нац. банка Украины». – Полтава: ПУЭТ, 2012. – 256 с.
29. Куденко Н.В. Маркетингові стратегії фірми: Монографія / Н.В. Куденко. – К.: КНЕУ, 2002. – 245 с.
30. Логинова В.А. Теоретические аспекты конкурентоспособности экономических систем [Электронный ресурс] // Проблемы современной экономики. – 2009. – № 1 (29).
31. Макаренко О.Г. Формирование конкурентоспособных систем управления промышленным производством / О.Г. Макаренко. – Самара: Изд-во Самар. гос. экон. акад., 1997.
32. Мигранян А.А. Конкурентоспособность и структурная перестройка экономической системы государства в условиях трансформации экономики [Электронный ресурс] / А.А. Мигранян. – Режим доступа: <http://www.bali.ostu.ru/umc/arhiv/2005/1/Migranyan.pdf>.
33. Молочников Н. Р. Развитие многоуровневой конкурентоспособности / Н. Р. Молочников, Т. Г. Пономарева. – СПб.: Изд-во Политехнического ун-та, 2008. - 97 с.
34. Мостенська Т.Л. Основи маркетингу: навч. посібник. / Т.Л. Мостенська. – К.: Кондор, 2005. – 240 с.
35. Нефедова О.Г. Механізм вибору конкурентної стратегії підприємства / О.Г. Нефедова // Вісник економічної науки України. – 2008. – № 2(14). – С. 117–120.

36. Павлова В.А. Конкурентоспроможність підприємства: управління, оцінка, стратегія: монографія / В.А. Павлова, О.В. Кузьменко, В.М. Орлова, Г.А. Рижкова. – Дніпропетровськ: ДУЕП імені Альфреда Нобеля, 2011. – 352 с.
37. Попадюк Т. Г. Конкурентоспособность в новой экономике: вопросы управления. - М.: МГСУ, 2008. - 200 с.
38. Портер М. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / М. Портер; пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 715 с.
39. Поташник Я.С. Основы стратегического менеджмента: учеб. пос. / Я.С. Поташник. – Н. Новгород: Изд. Гладкова О.В., 2007. – 164 с.
40. Райс Э. Маркетинговые войны / Э. Райс, Дж. Траут; пер. с англ. С. Жильцова. – СПб.: Питер, 2000. – 255 с.
41. Савельева Н.А. Стратегический менеджмент: учебник / Н.А. Савельева. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2012. – 382 с.
42. Селезньова Г.О. Розробка алгоритму вибору конкурентної стратегії підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://global-national.in.ua/archive/10-2016/104.pdf>. – Назва з екрану.
43. Свиринюк О.В. Аналіз сучасних стратегій конкуренції [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://knutd.com.ua/publications/pdf/Ukrainian_editions/Bondarenko2015060407.pdf. – Назва з екрану.
44. Томпсон А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа, 12-е издание: Пер. с англ. / А. Томпсон, Дж. Стрикленд. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2006. – 928 с.
45. Томпсон А.А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа / А.А. Томпсон, А.Дж. Стрикленд. – 17-е изд.; пер. с англ. – М.: ИД «Вильямс», 2007. – 928 с.
46. Тренев Н.Н. Стратегическое управление: учеб. пособие / Н.Н. Тренев. – М.: ПРИОР, 2000. – 282 с.
47. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навч. посіб. / С.М. Кліменко, Т.В. Омеляненко, Д.О. Барабань та ін. – К.: КНЕУ, 2008. – 520 с.

48. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации: Учеб. пособ. – М.: Эксмо, 2004. – 544 с.
49. Федулова Л.І. Особливості концепції стратегічного планування в сучасних умовах розвитку економіки / Л.І. Федулова, О.В. Захарова // Проблеми науки. – 2003. – №1. – С. 42–46.
50. Хміль Т.М. Стратегический менеджмент: Учеб. пособие / Т.М. Хміль, С.К. Василик, Л.О. Шишмарева. – Х.: ИД «ИНЖЭК», 2004. – 136 с.
51. Хруцкий В. Е., Корнеева И. В. Современный маркетинг: настольная книга по исследованию рынка. М.: Финансы и статистика, 2005. 560 с.
52. Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика: Учеб.-практ. пособие. / А.Ю. Юданов. – 3-е изд., испр. и доп. – М.: Изд-во ГНОМ и Д, 2001. – 304 с.
53. Яшин Н. С. Конкурентоспособность промышленного предприятия: методология, оценка, регулирование. Саратов: СГЭА, 2004. 248 с.
55. Ansoff H.I. Implanting Strategy Management / H.I. Ansoff, E. McDonnell. – 2nd ed. – New York: Prentice-Hall, 1990. – 247 p.
54. Chandler Alfred D. Jr. Strategy and Structure: Chapters in the History of the American Industrial Enterprise / Chandler Alfred D. Jr. Cambridge, MA: MIT Press., 1998. – 276 p.
55. Doyle P. Marketing Management and Strategy / P. Doyle, P. Stern. – Pearson Education Limited, 2006. – 464 p.
56. Mescon M.-H. Management: individual and organization effectiveness / M.-H. Mescon, M. Albert, F. Khedouri. – Cambridge: Harper and row, 1981. – 464 p.
57. Porter M. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance / M. Porter. – N.Y.: Free Press. – 1985. – 390 p.
58. Porter M. Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors / M. Porter. – N.Y.: Free Press. – 1980. – 467 p.
59. Thompson A.A. Crafting and Executing Strategy / A.A. Thompson, A.J. Strickland, J.E. Gramble. – 14th ed. – New York: McGraw-Hill/Irwin, 2005. – 432 p.
60. Treacy M. The Discipline of Market Leaders / M. Treacy, F. Wiersema. – Reading (Mass.), 1995. – 620 p.

61. Агентство з розвитку інфраструктури фондового ринку України (АРІФРУ). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://smida.gov.ua/>