

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

Кафедра економіки, права та управління бізнесом

Допущено до захисту
Завідувач кафедри

“ ____ ” _____ 20__ р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня магістра

зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

за магістерською програмою професійного спрямування

«Економіка, планування та управління бізнесом»

на тему: «Економічне обґрунтування стратегії розвитку підприємства в галузі
роздрібної торгівлі на прикладі ТОВ «Алло»

Виконавець:

студентка ФЕУП

Лисюк Аліса Олександрівна

/підпис/

Науковий керівник:

к.е.н., доцент

Маркітан Олександр Сергійович

/підпис/

ОДЕСА - 2018

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА.....	6
1.1 Сутність стратегії розвитку підприємства та її ознаки.....	6
1.2. Місце стратегії розвитку підприємства у системі класифікації стратегій.....	12
1.3. Методика формування стратегії розвитку підприємства та фактори її вибору.....	17
РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ ТОВ «АЛЛО».....	30
2.1. Організаційно-економічна характеристика ТОВ «АЛЛО».....	30
2.2. Аналіз фінансового стану підприємства ТОВ «АЛЛО».....	36
2.3. Аналіз ефективності стратегічного управління підприємства...	45
РОЗДІЛ 3. ВПРОВАДЖЕННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ НА ПІДПРИЄМСТВІ ТОВ «АЛЛО».....	60
3.1. Обґрунтування доцільності стратегії диверсифікації підприємства ТОВ «АЛЛО».....	60
3.2. Фінансово-економічні показники освоєння стратегії диверсифікації на прикладі проекту «Розумний будинок».....	67
3.3. Аналіз можливих ризиків впровадження стратегії розвитку на підприємстві ТОВ «АЛЛО».....	80
ВИСНОВКИ.....	89
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	93

ВСТУП

Актуальність теми. У зв'язку з постійно наростаючою конкуренцією на внутрішньому ринку та інтеграцією підприємств в світове господарство в практиці управління зростає необхідність вирішення стратегічних завдань. Своєю чергою виникає необхідність дослідження методичних підходів до формування стратегії розвитку підприємств. Підприємство в процесі розвитку знаходиться в постійній взаємодії з іншими господарськими суб'єктами, буде відносини зі своїм оточенням: конкурентами, споживачами, постачальниками та ін. Кожна форма взаємовідносин елементів підприємства з елементами його оточення є стратегічною проблемою, що вимагає вивчення, адекватної теорії для її вирішення.

Формування стратегії розвитку підприємства дає змогу визначити як підприємство буде функціонувати на ринку та виробити сценарії із врахуванням умов зовнішнього середовища (розвиненість і вік галузі, кількість конкурентів та їх позиції, характеристика та прибутковість ринку тощо) та внутрішнього середовища (потенціал підприємства, технічне оснащення, якість, ціна, продукція, фінансування, ресурси, персонал тощо), характер їх змін; визначити мету діяльності та оцінити стратегічні конкурентні переваги.

Ступінь розробки проблеми. Існуюче різноманіття визначень «стратегія» є свідченням того, що цьому поняттю зарубіжні та вітчизняні автори приділяють значну увагу (А. Стрікланд, А.А. Томпсон, Б. Карлоф, Г. Міцберг, Г. Хемел, Дж. Квін, Е. Чандлер, І. Ансофф, К. Омайє, К.К. Прахалад, М.Е. Портер, П. Дойл, П.Ф. Друкер, У. Глюк, Ш.М. Остер та ін.). Різноманітні теоретичні та методологічні проблеми стратегії та стратегічного управління підприємством розглянуто в працях українських науковців: Б.Г. Шелегеда, Н.В. Касьянова, В.С. Понаморенко, П.Л. Гордієнко, Л.Г. Дідковської, І.А. Ігнат'євої, П.Г. Клівець, О.І. Ковтуна, В. Красної, А. Матвєєва, А.П. Наливайка, С.В. Оборської, А. Привалова, М.Г. Саєнка, Г.О. Селезньової, О.М. Тридіда, Н. Хорошавиної, З.Є. Шершньової, Н.В.

Яшкіна та багато інших авторів, а також у працях вчених країн СНД: Г.П. Азова, О.С. Виханського, Р.А.Фатхутдінова та ін.

Мета та завдання дослідження. Метою дипломної роботи є розробка теоретичних та практичних засад економічного обґрунтування стратегії розвитку на прикладі ТОВ «Алло».

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

- розкрити сутність стратегії розвитку підприємства;
- показати місце стратегії розвитку підприємства у системі класифікації стратегій;
- дослідити методику формування стратегії розвитку підприємства та фактори її вибору;
- дати економічну характеристику ТОВ «Алло»;
- провести аналіз фінансового стану підприємства;
- проаналізувати ефективність стратегічного управління підприємства;
- розробити стратегії розвитку підприємства ТОВ «Алло»;
- оцінити ефективність стратегії та спрогнозувати показники ефективності її впровадження на підприємстві ТОВ «Алло»;
- провести аналіз можливих ризиків впровадження стратегії розвитку на підприємстві ТОВ «Алло».

Об’єктом дослідження виступає процес розробки стратегії розвитку підприємства ТОВ «Алло».

Предмет дослідження - теоретико-методологічні та методичні підходи до економічного обґрунтування стратегії розвитку підприємства.

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 стратегічне управління суб'єктів господарювання в Україні. Інформаційною базою дипломної роботи послужили офіційні статистичні матеріали, дані звітності підприємства ТОВ «Алло» і результати власних досліджень на підприємстві.

Практичне значення одержаних результатів. Практична значимість дипломної роботи полягає в тому, що розроблена стратегія розвитку підприємства ТОВ «Алло» знайде своє успішне впровадження в діяльності підприємства.

Публікації. За результатами виконання кваліфікаційної роботи магістра опублікована стаття: Обґрунтування диверсифікації діяльності підприємства роздрібною торгівлі. // Науковий вісник ОНЕУ №8. – 2018.

ВИСНОВКИ

1. Стратегія розвитку підприємства – це довготерміновий план, який містить сукупність кількісних та якісних рішень щодо, вибору напряму діяльності підприємства, які приводять до поліпшення його стану шляхом збільшення потенціалу підприємства, адаптації до зовнішнього середовища та внутрішньої інтеграції, що сприяє підвищенню здатності підприємства протидіяти негативним впливам зовнішнього середовища та його життєздатності. Ознаки стратегії розвитку підприємства: достатній рівень НТП підприємства; приятливий мікро- і макроклімат організації; спрямованість на досягнення цілей розвитку підприємства; інтенсивний розвиток.

2. Проаналізувавши роботи вчених, які займалися питанням стратегії розвитку підприємства ми дійшли висновку, що не існує конкретних підходів до класифікації стратегій розвитку. Значна кількість шляхів та напрямів здійснення підприємницької діяльності породжують різноманітність класифікацій стратегій підприємств. Кожна стратегія реалізується на різних підприємствах з певними особливостями, набуває специфічних ознак. Відсутність чітко визначеного місця стратегії розвитку підприємства у системі класифікації стратегій дозволило встановити, що стратегія підприємства може бути стратегією розвитку при наявності в неї визначених ознак. Крім того, було виокремлено 3 групи стратегій, що дозволило ввести нову класифікаційну ознаку стратегій підприємства «за ступенем відношення до розвитку».

3. При формуванні стратегічних альтернатив та виборі конкретної стратегії розвитку підприємства використовуються наступні специфічні методи стратегічного аналізу: формальні моделі дослідження певного виду діяльності підприємства; матричні (портфельні) методи (методи портфельного аналізу підприємства). Застосування матричних методів оцінки є пріоритетним інструментом під час прийняття стратегічних рішень і вибору стратегії розвитку підприємства, спрямованого на забезпечення його сталої конкурентної позиції на ринку та зростання ринкової вартості.

4. Товариство з обмеженою відповідальністю «АЛЛО» займається продажем товарів для мобільного зв'язку, цифрової техніки, телефонів, телевізорів та іншої побутової техніки. Компанія є найкрупнішою мережею телеком-магазинів з продажу портативної електроніки, аксесуарів та операторських сервісів. Основні товари і послуги, що реалізує і надає підприємство ТОВ «Алло»: смартфони; планшети; навушники та акустика; електротранспорт; аксесуари; електроні книги; послуги з налаштування; страхові поліси.

5. Сильними сторонами ТОВ «Алло» є: висока якість товарів та послуг, хороша репутація у клієнтів магазину та високий показник відвідувачів, висока асортиментна матриця, наявність інноваційного потенціалу, гнучка цінова політика і програми лояльності, розташування магазину, кваліфікований персонал. В результаті проведеного аналізу стратегічного розвитку на підприємстві ТОВ «АЛЛО» виявлено, що слабкими сторонами ТОВ «Алло» є: висока конкуренція з іншими магазинами портативної та побутової техніки; наявність товару та можливості його придбання; широка лінійка товарів різного призначення на відносно невеликій площі магазину; зниження продуктивності та ефективності обслуговування за рахунок неможливості запам'ятовування усіх характеристик такого великого асортименту; високі вимоги покупців до знань персоналу та вміння провести презентацію користування товаром; відсутність проведення тренінгів та занять по даному сегменту для персоналу; великі витрати на рекламу товарів, яка присутня також у конкурентів; недостатня розвиненість товарів сегменту «розумний дім» та відсутність сервісу його монтажу.

6. Таким чином, після проведеного аналізу ми дійшли висновку, що компанія «Алло» займає досить високі конкурентні позиції, але й також варто відзначити, що більшу частку продукції, що реалізується, займають смартфони та планшети, а отже вони мають великий вплив на результати від операційної діяльності підприємства. Оскільки сьогодні на ринку представлено багато портативної техніки, товарів-аналогів, а також недобросовісних продавців, такої

продукції стає все більше і даний товар є досить однотипним по всім мережам, тому ми вважаємо що стратегія розвитку повинна бути направлена на інші товари. Для підприємства ТОВ «Алло» є досить влучною стратегія диверсифікації, яка передбачає відкриття нового виду бізнесу, що є спорідненим із основним.

7. Стратегічним напрямком компанії «Алло» є вихід на нові сегменти ринків портативної електроніки та операторських сервісів та впровадження стратегії диверсифікації шляхом створення підрозділу продажу товарів сегменту «Розумний будинок» та його налаштування в мобільній мережі. Нами пропонується впровадження нового сегменту ринку для торгово-роздрібної мережі «Алло» - «розумний дім». Оскільки ринок телефонії, побутової техніки та портативної техніки вже досить насичений, компанія має можливість оволодіти новим сегментом ринку, який вже знайшов своє місце у розвинених країнах та пропонує великий спектр товарів та послуг. Внутрішнє зростання передбачає диверсифікацію ТОВ «Алло» за рахунок використання наявних і залучених ресурсів. «Розумний будинок» - житловий будинок сучасного типу, організований для проживання людей за допомогою автоматизації і високотехнологічних пристроїв. Проектований підрозділ продажу товарів сегменту «Розумний будинок» в 2019 році отримає чистий прибуток в розмірі 809500грн. Як свідчать розрахунки, початкові інвестиційні витрати, пов'язані із стартовими витратами на створення підрозділу продажу товарів сегменту «Розумний будинок» мають термін окупності 1 рік і 6 міс. При цьому чистий приведений дохід за аналізований період буде дорівнювати 2 052 000 грн. Отримані показники ефективності дозволяють стверджувати про високий рівень інвестиційної привабливості проекту, що розробляється. За результатами розрахунків, прогнозований чистий прибуток на 2020 рік з урахуванням впровадження стратегії диверсифікації шляхом створення підрозділу продажу товарів сегменту «Розумний будинок» складе 18968,8 тис. грн., що майже в 1,9 раз перевищує чистий прибуток за 2017 рік. Управління проектом створення підрозділу продажу товарів сегменту «Розумний будинок» є результативним та

ефективним, призводить до досягнення поставлених проектних завдань та цілей, сприяє отриманню прибутків від подальшої експлуатації створеного у ході реалізації проекту об'єкту. Отримані показники ефективності дозволяють стверджувати високий рівень інвестиційної привабливості проекту, що розробляється.

9. Проведена оцінка ризиків показала, що підприємство не суттєво піддається впливу ризиків, оскільки ймовірність настання ризику 5,23 бали за 10-бальною шкалою. Найвагоміший ризик який може вплинути на процес реалізації проекту, це ризик незнання споживачів про нові товари сегменту «Розумний будинок» і незадоволеність клієнтів від співпраці з компанією. Для мінімізації даного ризику пропонується проведення рекламної кампанії та контроль за поставкою неякісних товарів сегменту «Розумний будинок» і якістю обслуговування споживачів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Головінов М.І. Стратегія розвитку підприємства: сутність і ознаки / М.І. Головінов, О.І. Литвинов // Науковий вісник : Зб. науково-технічних праць. – Львів : Національний лісотехнічний університет України. – 2014. – Вип. 21.19. – С. 224-228.
2. Ансофф И. Стратегическое управление [Текст] / И. Ансофф ; Пер. с англ. – М. : Экономика, 1991. – 563 с.
3. Ансофф І. Стратегічне управління / І. Ансофф : [пер. з англ.]. – М. : Економіка, 2009. – 358 с.
4. Василенко В.О. Стратегічне управління : навчальний посібник [Текст] / В.О. Василенко, Т.І. Ткаченко. – К. : ЦУЛ, 2012. – 396 с.
5. Винокуров В.А. Организация стратегического управления на предприятии / В.А. Винокуров – М.: Центр экономики и маркетинга, 2013.- 458 с.
6. Виханский О.С. Стратегическое управление [Текст] / Виханский О.С. – М. : Гардарики, 2014. – 296 с.
7. Дойль П. Менеджмент: стратегия и тактика/ П. Дойль. – СПб.: Питер, 2012. – 560 с.
8. Зайцев Л.Г. Стратегический менеджмент : учебник [Текст] / Л.Г. Зайцев, М.И. Соколова. – М. : Экономистъ, 2013. – 416 с.
9. Зуб А.Т. Стратегический менеджмент: теория и практика : учебное пособие для вузов [Текст] / А.Т. Зуб. – М. : Аспект Пресс, 2012. – 415 с.
10. Карлофф Б. Деловая стратегия: пер. с англ. - М.: Экономика, 2007. - 239 с.
11. Котлер Ф. Основы маркетинга Краткий курс Пер с англ — М Издательский дом «Вильямс», 2007. – 656 с.
12. Кравець О.Ю. Теоретичні засади стратегічного розвитку підприємств на інноваційній основі / О.Ю. Кравець // Формування інноваційних економічних

систем: фінансове забезпечення, комерціалізація інтелектуальної власності, кооперація науки і бізнесу. - Дніпропетровськ, 2015. - С. 63-65.

13. Мельник Л.Г. Экономика развития : монографія [Текст] / Л.Г. Мельник. – Суми : ИТД «Университетская книга», 2012. – 662 с.

14. Мізюк Б. М. Стратегічне управління [Текст] / Мізюк Б.М. – Львів : Магнолія, 2013. – 392 с.

15. Минцберг Г. Стратегический процес/пер. с англ. / Под ред.. Ю. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2012. – 688 с.

16. Портер Е.М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов [Текст] / Портер Е.М ; [пер. с англ. И. Минервин]. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2015. – 454 с.

17. Смирнова Н.К. Реализация стратегий компаний: от простого к сложному / Н.К. Смирнова, А.В. Фомина [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.elobook.com>.

18. Томпсон А.А. Стратегический менеджмент [Текст] / А.А. Томпсон, А.Дж. Стрикленд ; [пер. с англ. А.Р. Ганцевой, В.Ю. Дроздова, А.Г. Завады, Т.В. Клекоты, Э.В. Кондуковой, К.Д. Сафонова, И.В. Тарасюк]. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2011. – 928 с.

19. Соколенко В.А. Сутність та види стратегії розвитку / В.А.Соколенко, О.М. Бондаренко // Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ» : зб. наук. пр. Темат. вип. : Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства. – Харків : НТУ «ХПІ». – 2015. – № 53 (1162). – С. 70-74.

20. Прийма Л.Р. Розвиток підприємства: сутність поняття /Л.Р. Прийма, І.Я. Кулиняк // Науковий вісник НЛТУ України. - 2015. - Вип. 22.10. - С. 236-241.

21. Афанасьєв Н.В. Управління розвитком підприємства : монографія / Н.В. Афанасьєв, В.Д. Рогожкін, В.І. Рудика. – Харків : ВД «ІНЖЕК», 2012. – 184 с.

22. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. – М. : Дело, 2004. – 680 с.

23. Нечепуренко М.Н. Проблеми економічного розвитку підприємств / М.Н. Нечепуренко // Питання економічних наук. – 2013. – № 1(17). – С. 23-25.

24. Осовська Г.В. Основи менеджменту : навчальний посібник / Г.В. Осовська, О.А. Осовський. – К. : Кондор, 2012. – 664 с.
25. Пономаренко В.С. Стратегія розвитку підприємства в умовах кризи : монографія / В.С. Пономаренко, О.М. Тридід, М.О. Кизим. – Х. : Видавничий Дім «ІНЖЕК», 2012. – 328 с.
26. Раєвська О.В. Управління розвитком підприємства : методологія, механізми, моделі : монографія. – Х. : ВД «ІНЖЕК», 2012. – 496 с.
27. Шубравська О. Сталий економічний розвиток: поняття і напрямки дослідження / О. Шубравська // Економіка України. – 2015. – № 1. – С. 36-42.
28. Венжега Р.В. Теоретичні аспекти стратегічного розвитку промислових підприємств /Р.В. Венжега // Научный вестник Донбасской государственной машиностроительной академии. - 2017. - № 1. - С. 120-130.
29. Касьянова Н.В. Управління розвитком підприємства на основі кумулятивного підходу: концепція, моделі та методи: [монографія] / Н.В.Касьянова; НАН України, Ін-т економіки пром-сті. – Донецьк: СПД Купріянов В.С. , 2015. – 374 с.
30. Баланович А.М. Теоретико-методичні засади формування стратегій розвитку підприємства / А.М. Баланович // Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. : Економічні науки. - 2015. - Вип. 8(2). - С. 77-81.
31. Економіка підприємства: навч. посіб. / [Шелегеда Б.Г., Берсуцький А.Я., Касьянова Н.В., Кравцова Л.В., Солоха Д.В. та ін.]; за ред. Б.Г. Шелегеди. – Донецьк: ДонУЕП, 2014. – 685 с.
32. Пономаренко В. С. Стратегічне управління розвитком підприємства [Текст]: навч. посіб / В. С. Пономаренко, О. І. Пушкар, О. М. Тридід. — Х. : ХДЕУ, 2012. — 640 с.
33. Шершньова З.Є. Стратегічне управління : підручник / З.Є. Шершньова. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К. : КНЕУ, 2012. – 699 с.
34. Драгунова Е.В. Формирование стратегии развития малого промышленного предприятия: дис.канд. экон. наук / Е.В.Драгунова. – Новосибирск, 2014. – 169 с.

35. Збаровський В.К. Сутність поняття «стратегія розвитку» підприємства / В.К. Збаровський //// Питання економічних наук. – 2016. – № 8. – С. 33-35.
36. Герасимчук Н.А. Значення стратегії розвитку підприємства / Н.А.Герасимчук, Ю.Ю. Шовть // Молодий вчений. - 2016. - № 12(1). - С. 101-104.
37. Кукушкін О.М. Сутність поняття «стратегія розвитку підприємства» / О.М. Кукушкін // Науковий вісник НЛТУ України : зб. наук.-техн. праць. – Львів : НЛТУ України, 2015. – С. 220-227.
38. Хацер М.В. Стратегія розвитку підприємства в умовах нестабільності економіки держави / М.В. Хацер // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). - 2017. - № 3. - С. 109-112.
39. Гудзь О.І. Методичний підхід до обґрунтування стратегії розвитку підприємства / О.І. Гудзь, О.Б. Мусійовська // Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського. – 2018. – . Випуск 22. – С. 334 – 340.
40. Кравченко О.В. Поняття стратегії розвитку підприємства / О.В. Кравченко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://uabs.edu.ua/images/stories/docs/K_BOA/kravchenko_023.pdf
41. Головка Т. В. Стратегічний аналіз: навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. / За ред. д-ра екон. наук, проф. М.В.Кужельного. - К.: КНЕУ, 2010. - 198 с.
42. Карюк В.І. Методика вибору стратегічних альтернатив у процесі формування інноваційної стратегії підприємства / В.І. Карюк // Теоретичні та прикладні питання економіки: Збірн. Наук. праць. - Київ: КНУ імені Тараса Шевченка. - 2014. - Вип. 27, т. 1. - С. 385-391
43. Тюха І.В. Стратегія розвитку у системі стратегій підприємства / І.В. Тюха, І. О. Денисюк // Економіка харчової промисловості. - 2014. - № 3. - С. 33-37.
44. Рульєв В.А. Менеджмент : навч.посіб. / В.А. Рульєв, С.О. Гуткевич. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 312 с.

45. Дорофеев В.Д. Менеджмент : учеб. пособие / В.Д. Дорофеев, А.Н. Шмелева, Н.Ю. Шестопап. – М. : ИНФРА-М, 2014. – 440 с.
46. Тренев Н.Н. Стратегическое управление : учеб. пособие / Н.Н. Тренев – М. : Приор, 2012. – 438 с.
47. Юданов А. Типы конкурентной стратегии: «биологический» подход к классификации компаний / А. Юданов // Мировая экономика и международные отношения. – 2012. – № 10. – С. 51–65.
48. Строкович Г.В. Теоретичні засади формування системи стратегічного вибору підприємства / Г.В. Строкович, Д.А. Жукова// Проблеми економіки. – 2016. – С. 327 – 333.
49. Офіційний сайт підприємства ТОВ «Алло» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://allo.ua>
50. Магазин офісної мебелі «Моя мебель» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://moamebel.com.ua>
51. Магазин «Канцтовари» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.expressservice.com.ua>
52. Реклама Одеси [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://odessa1.com/catalog/odesskaya-reklama.html>
53. Аналітика. Маркетингові дослідження // Аналіз ринків, огляди ринків, база маркетингової інформації MarketinG [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.marketing.net.ua/view_markets.php?num=46694
54. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: практикум. [Текст] / О.В. Губина, В.Е. Губин 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ФОРУМ, ИНФРА-М, 2014. - 192 с.
55. Андреева Г. І. Економічний аналіз [Текст]: навч.-метод. посібник / Г. І. Андреева. - К. : Знання, 2014. - 263 с.
56. Баканів М.І. Фінансовий аналіз: навч. посіб. [Текст] / М.І. Баканів. - К.: Кондор, 2012 . - 296 с.
57. Виханский О. Стратегическое управление: Учебник для студ. по спец. и направлению «Менеджмент». – М.: Гардарики, 2012. – 292 с.

58. Володькина М. Стратегический менеджмент: Уч. пособие. – К.: Знання-Прес, 2014. – 149 с.

59. Герасимчук В. Г. Стратегічне управління підприємством: Графічне моделювання: Навч. посібник – К.: КНЕУ, 2014. – 360 с.

60. Бондарев О. Кто в дом і господар. Розумні будинки через кілька років набудуть широкої популярності / Олексій Бондарев. // Корреспондент. – 2012. – №30. – С. 42–46.

61. Дужак І. О. Розумний будинок / І. О. Дужак. // Автоматизація технологічних і бізнес-процесів. Одеська національна академія харчових технологій. – 2013. – №13. – С. 31.

62. Кадырова Л. Ш. «Умный дом»: идеология или технология» / Л. Ш. Кадырова. // Международный научно-исследовательский журнал. – 2013. – №5-3 (12).

63. Климатические системы и автоматика умного дома [Електронний ресурс] // Ingsvd.ru – Режим доступа до ресурсу: <http://ingsvd.ru/main/ventilation/56-klimaticheskiesistemy-i-avtomatika.html>

64. Полякова О.В. Класифіція функціональних складових елементів системи інтелектуального керування середовищем при проектуванні житла / О.В. Полякова // О. В. Полякова // Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія : Технічні науки. - 2016. - № 4. - С. 133-141.

65. Виханский О. С. Менеджмент : учебник / О. С. Виханский, А. И. Наумов. – [3-е изд.]. – М. : Гардарики, 2002 . – 528 с

66. Должанський І. З., Лозюк В. М. Диверсифікація товарної пропозиції торгового підприємства // Механізм регулювання економіки. – 2009. – Т. 2, № 4. – С. 70 – 78 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/9678/1/23.pdf>

67. Скоробогатов М. М. Диверсифікація як один із шляхів підвищення ефективності діяльності підприємств у сучасних умовах / М. М. Скоробогатов, О. І. Куцерубов // економічний вісник донбасу. – 2011. – No 3 (25).– С. 18 – 21.

68. Кавун О. О. Диверсифікація діяльності підприємницьких мереж у торгівлі: сутність, форми, мотиви та ризики здійснення / О. О. Кавун // Проблеми економіки. - 2014. - № 2. - С. 243-248. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pekon_2014_2_35

69. Райффайзен Банк Аваль [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.aval.ua/ru/>

70. Укрсиббанк [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://my.ukrsibbank.com/ua/personal/>

71. Кредобанк [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.kredocash.com.ua>

72. Connect Home [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://connecthome.com.ua/>

73. Unecom [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://une-com.ru/>

74. Nexia [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nexia.dk.ua/>

75. Fibaro [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.fibaro.com>

76. Xiaomi [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.xiaomi.ua/>