

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

Кафедра Туризму та готельно-ресторанної справи  
(найменування кафедри)

Допущено до захисту  
Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_ (підпис)

“ \_ ”  
201 \_ р. -

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА на здобуття освітнього  
ступеня магістра зі спеціальності \_242 «Туризм»\_**

(шифр та найменування спеціальності)

за магістерською програмою професійного спрямування

«Економіка та організація туристичної діяльності»

(назва магістерської програми)

На тему: **«Підвищення конкурентоспроможності, розвитку та  
розширення туристичного підприємства»**

(назва теми)

**Виконавець:**

Студент ФМЕ факультету

Давидов Богдан Сергійович \_\_\_\_\_

(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

**Науковий керівник:**

Професор, Д.Е.Н.

(науковий ступінь, вчене звання)

Семенов В.Ф. \_\_\_\_\_

(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

ЗМІСТ ВСТУП .....	3
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИЗНАЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СУБ'ЄКТІВ СФЕРИ ТУРИЗМУ ...	6
1.1 Сутність понять «конкуренція», «конкурентоспроможність», конкурентні переваги .....	6
1.2. Сегментація, структуризація і конкуренція на ринку туристичних послуг	13
1.3. Методичні підходи до оцінки конкурентних можливостей окремих туристичних фірм на ринку	20
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА «ЖИРАФ-ТУР» ЯК УЧАСНИКА РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ.....	<b>Error!</b>
<b>Bookmark not defined.</b>	
2.1. Основні тенденції розвитку сучасного ринку туристичних послуг міста .....	33
2.2.. Характеристика туристичного підприємства «Жираф-Тур».....	41
.....	50
2.3. Оцінка факторів впливу на підвищення конкурентоспроможності туристичного підприємства «Жираф-Тур» .....	52
РОЗДІЛ 3 РОЗРОБКА КОМПЛЕКСУ ЗАХОДІВ, ЩО ЗАБЕЗПЕЧУЮТЬ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТУРИСТИЧНОЇ ФІРМИ «ЖИРАФ-ТУР» .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.1. Методи активізації ролі персоналу у підвищенні конкурентоспроможності туристичного підприємства «Жираф-Тур».....	63
3.2. Поліпшення роботи персоналу туристичного підприємства «Жираф-Тур» з інформаційно-пошуковими системами .....	73
3.3. Формування стратегії підвищення конкурентоспроможності, розвитку та розширення туристичного підприємства «Жираф-Тур» .....	80
ВИСНОВКИ .....	87
СПИСОК ЛІТЕРАТУРНИХ ДЖЕРЕЛ .....	91
ДОДАТКИ.....	99

## ВСТУП

### ВСТУП

**Актуальність теми.** Вітчизняний ринок туристичних послуг характеризується високим динамізмом, гнучкістю, диверсифікацією і супроводжується посиленням конкуренції. Між суб'єктами господарювання виникає проблема забезпечення їх конкурентоспроможності як передумови утримування стійких позицій туристичних підприємств на внутрішньому та міжнародному ринках. Успіх підприємства в умовах конкурентної боротьби обумовлюється здійсненням постійного моніторингу позицій на ринку, дослідженням сильних та слабких сторін власної господарської діяльності і конкурентів, здатністю пристосовуватись до змін зовнішнього середовища і ринкових ситуацій, вмінням формувати ефективну конкурентну стратегію розвитку туристичної фірми.

Серед вітчизняних і зарубіжних науковців вагомий вклад у розвиток сучасної теорії конкурентоспроможності внесли Азоев А.П., Балабанова І.В., Белоусов В.А., Гетьман О.О., Дикань В.Л., Дурович О.П., Іванов І.Б., Литвиненко А.Т., Мазаракі А.А., Портер М., Семенов В. Ф., Смолін І.В., Ушакова Н.М., Шишкова О.Є, та інші, які досліджували проблему конкурентоспроможності підприємств у сфері матеріального виробництва та торгівлі.

Окремі методи, показники оцінки та зовнішні фактори конкурентоспроможності підприємств на ринку туристичних послуг висвітлені у багатьох роботах інших авторів, але ці дослідження носять не системного характеру, є описовими і фрагментарними. З вищезазначеного виходить, що існує дефіцит наукових знань у сфері управління конкурентоспроможністю туристичних фірм, необхідність теоретичного обґрунтування, розробки методичних основ та інструментарію оцінки

конкурентоспроможності туристичних підприємств. Недостатня розробка означеної проблеми, її теоретичне і практичне значення зумовлюють актуальність теми кваліфікаційного дослідження магістра.

**Мета і завдання дослідження.** Метою цієї кваліфікаційної роботи магістра є обґрунтування і розробка теоретичних аспектів, методичних основ та практичних рекомендацій щодо підвищення конкурентоспроможності, розвитку та розширення туристичного підприємства

Для досягнення поставленої мети в роботі були вирішені наступні завдання:

- розкрити сутність понять конкуренція, конкурентоспроможність, конкурентні переваги;
- обґрунтувати теоретичну сутність сегментації, структуризації і конкуренції на ринку туристичних послуг;
- узагальнити та визначити пріоритетні методичні підходи до оцінки конкурентних можливостей окремих туристичних фірм на ринку;
- визначити основні тенденції розвитку та стан конкурентних позицій туристичних фірм на ринку послуг міста;
- охарактеризувати туристичне підприємство «Жираф-Тур»
- здійснити аналіз господарсько – економічної діяльності туристичного підприємства «Жираф-Тур»;
- розроблено методичні підходи до активізації ролі персоналу у підвищенні конкурентоспроможності туристичного підприємства « »;
- обґрунтувати шляхи поліпшення роботи персоналу туристичного підприємства «Жираф-Тур » з інформаційно-пошуковими системами;
- розробити стратегію підвищення конкурентоспроможності, розвитку та розширення туристичного підприємства « Жираф-Тур».

**Об'єктом дослідження** є процес підвищення конкурентоспроможності, розвитку та розширення туристичного підприємства

**Предметом дослідження** були теоретичні, методологічні та практичні

питання конкурентоспроможності підприємств на ринку туристичних послуг.

**Методи дослідження.** Для обробки первинних матеріалів застосовувались методи групувань, відносних величин, ранжування, матричний, системного аналізу, кореляційно-регресійного аналізу, експертних оцінок, статистичних і соціологічних досліджень. При визначенні рівнів конкурентоспроможності туристських підприємств використовувалась спеціально розроблена комп'ютерна програма.

**Інформаційною базою дослідження** послужили посібники, монографії вітчизняних авторів та зарубіжних вчених з даної теми, а також статті, аналітичні матеріали, статистичні матеріали та Інтернет – ресурси.

**Практичне значення отриманих результатів** полягає в тому, що висновки та рекомендації цього дослідження дозволять туристичним підприємствам, поліпшити свою роботу, підвищити конкурентоспроможність, а конкретні практичні розробки в цій області можуть стати ефективним інструментом для пошуку конкурентних переваг для туристичних фірм України і регіонів.

## ВИСНОВКИ

В дипломній роботі проведено теоретичне обґрунтування і розробка практичних рекомендацій щодо забезпечення конкурентоспроможності туристичних фірм регіону. В результаті проведеного дослідження можна сформулювати наступні висновки:

1. На підставі проведеного в роботі дослідження встановлено, що сутність конкурентоспроможності полягає в намаганні підприємства домінувати на достатньо широкому ринковому просторі за рахунок високої внутрішньої продуктивності праці, низьких витрат виробництва, а відповідно, і низької ціни виготовленої продукції. В результаті проведеного аналізу визначенню науковців щодо сутності конкурентоспроможності запропоновано власне визначення: конкурентоспроможність підприємства - це здатність підприємства боротися за ринок (збільшувати, зменшувати або зберігати зайняту частку ринку в залежності від стратегії підприємства). Розглянувши підходи до визначення конкурентоспроможності встановлено, що можна виділити два підходи до виявлення конкурентних переваг і формуванню конкурентної стратегії, що забезпечують стратегічний успіх підприємства: ринкова орієнтація і ресурсна орієнтація.

2. Суб'єктами туристичного ринку є юридичні та фізичні особи, задіяні в виробництві та організації споживання туристичного продукту туристами-споживачами. Суб'єктами ринку пропозиції можуть виступати практично всі елементи функціонально-господарської та територіально-господарської складових індустрії туризму. Об'єктом туристичної діяльності суб'єктів ринку є туристи-споживачі туристичного продукту, уподобання та мотивації яких лежать в основі маркетингових стратегій виробника. Звідси поділ туристичного ринку на ринок споживачів-туристів (ринок попиту) та ринок виробника (ринок пропозиції), оскільки ці дві складові є ключовими в функціонуванні ринку.

3. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства реалізуються через аналіз ефективності використання факторів, що становлять модель оцінки

конкурентоспроможності підприємства і на основі аналізу складання стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства. Подібний підхід до управління дозволяє докладно розглянути чинники, що впливають на конкурентоспроможність підприємства, але він не дає цілісної картини про конкурентний потенціал організації. Найбільш відомі на сьогоднішній методи оцінки конкурентних переваг товару і підприємства можна розділити на дві групи: аналітичні та графічні методи.

4. Дослідивши основні тенденції розвитку сучасного ринку туристичних послуг регіону, встановлено, що недостатній рівень розвитку туристичної інфраструктури в Україні призводить до того, що туризм розвивається з переважною орієнтацією на виїзд, що не сприяє підвищенню ролі туризму для економіки країни, розвитку наявних рекреаційних зон, призводить до відтоку валюти з країни, погіршує співвідношення між в'їзними і виїзними туристами. У цілому можна відзначити формування певних тенденцій структури туристичних потоків Одеської області: підвищення туристичної активності показує про початок відродження туризму після кризи 2014-2015 років; в Одеській області спостерігається тенденція перевищення виїзного потоку над в'їзним, що ускладнює сальдо туристичного балансу; у структурі туристичних потоків більша питома вага припадає на мету поїздки «дозвілля та відпочинок» у той час, як службовий, лікувальний, спортивний та спеціалізований туризм залишаються потенційними для розвитку за рахунок проведення певних заходів; спостерігається підвищення рівня Одеської області у структурі розподілу в Україні у цілому за видами туризму у відносному виразі за рахунок вибуття з туристичного ринку АР Крим, м. Севастополь, Донецької області; слід відзначити мотиваційний і географічний перерозподіл в'їзного та виїзного туризму.

5. В роботі проводилося дослідження на матеріалах туристичної агенції «Жираф-Тур». Туристична агенція «Жираф-Тур» працює на ринку туристичних послуг з 2010 року. Компанія знаходиться за адресою: м. Одеса, Жуковського 32. Дата прийняття та номер рішення про видачу ліцензії 51/2014 N 272713. Строк

дії ліцензії є необмеженим. Метою діяльності туристичної агенції «Жираф-Тур» є отримання прибутку від здійснюваної діяльності. Провівши дослідження економічної характеристики туристичної агенції «Жираф-Тур» виявлено, що досліджуване підприємство є прибутковою та динамічно розвиваючою організацією. Ділова активність підприємства за досліджуваний період зменшувалась, більшість показників, що характеризують ефективність діяльності підприємства, тобто використання виробничих і фінансових ресурсів, зменшилася, що загалом є негативною тенденцією, рівень ділової активності туристичної агенції «Жираф-Тур» можна охарактеризувати як середній (задовільний). Рівень прибутковості підприємства протягом 2015-2017 років зменшується, що негативно впливає на кредитоспроможність підприємства.

6. Провівши оцінку факторів впливу на підвищення конкурентоспроможності туристичної агенції «Жираф-Тур», встановлено, що агенція займає лідируючі конкурентні позиції на туристичному ринку, найбільший вплив зовнішніх факторів середовища є економічні методи. Саме на подолання загрози з боку економічних факторів компанії слід направити свої сильні сторони. Технологічні, політичні і соціальні фактори дають компанії помірні можливості, які вона в силах реалізувати, якщо правильно направить на це свої сильні сторони, а також, якщо зуміє використовувати ці можливості для посилення своїх слабких сторін.

7. Якість туристичної діяльності підприємств підтверджується перевіркою на відповідність встановленим стандартам, правилам, показникам, вимогам, встановленим відповідними класами обслуговування. Якщо якість готельної послуги легко перевіряється на відповідність встановленим вимогам, то якість екскурсійної послуги або якість послуги туристичних агентств перевіряються дуже важко. Для підвищення розвитку персоналу в туристичній агенції «Жираф-Тур» необхідно розробити і ввести внутрішньо фірмові професійні стандарти. Внутрішньо-фірмові, професійні стандарти є за своєю суттю документом, що описує комплекс вимог до професійної компетентності

(кваліфікації) працівника на конкретній посаді, і інформаційною матрицею професії (посади).

8. Туристична агенція «Жираф-Тур» має власний Web-сайт. Недоліком в сайті туристичної компанії «Travel Professional Group» є відсутність відгуків і фотографій туристів, посилання на соціальні мережі. Також відсутні додаткові зручні опції: немає можливості подивитися погоду та іншу необхідну для туриста інформацію. Для удосконалення інформаційної діяльності, з метою підвищення конкурентоспроможності туристичної агенції «Жираф-Тур» доцільним є надання можливості клієнтам залишати відгуки туристів, запропонувати віртуальні екскурсії по містам або готелям, додати погодні інформери.

9. Для підвищення конкурентоспроможності туристичній агенції «Жираф-Тур» необхідно покращити організацію обслуговування клієнтів: обов'язкове проходження курсів психології всіх співробітників для кращого порозуміння з клієнтами і виховання етики спілкування; безпосередня перевірка та переперевірка відповідності готелів їх категоріям; прорахування можливих форс-мажорних ситуацій та їх вирішення, особливо з приводу технічного та транспортного оснащення; розробка анімаційних програм під час автобусних переїздів, у випадках, коли екскурсії мають право проводити лише гіді з відповідною ліцензією; контроль за станом здоров'я, а також певних обставин персоналу, що можуть завадити повноцінній роботі; освідомлення туристів з певними ситуаціями, передбаченими контрактом, що можуть виникнути в процесі надання послуги, що підготує підґрунтя для можливих форс-мажорів, не шкодячи загальному настрою туристів.

Отже, висвітлені в дипломній роботі теоретичні засади та методологія забезпечення конкурентоспроможності туристичних фірм регіону сприятимуть покращенню роботи туристичного агентства «Жираф-тур».

## СПИСОК ЛІТЕРАТУРНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Азоев Г.Л. Конкурентні переваги фірми / Г.Л. Азоев, А.П. Челенков. - М.: Новини, 2000. - 87 с.
2. Андрєєва Т.А. Інтегрована система процесів стратегічного управління газовою корпорацією // Вісник СГСЕУ. - 2013. - № 1 (45).
3. Бабайлов В. К. Менеджмент: наука и практика [Текст] : учебник / В. К. Бабайлов ; Харьк. нац. автомоб.-дорож. ун-т. - Харьков : ХНАДУ, 2015. - 275 с. : рис.
4. Белоусов В.А. Анализ конкурентоспособности фирмы [Текст] / В.А. Белоусов // Менеджмент в России и за рубежом. - 2011. - №8
5. Бочковський А. П. Менеджмент, маркетинг і логістика [Текст] : навч. посіб. / А. П. Бочковський, Н. Ю. Сапожнікова ; Одес. нац. політехн. ун-т. - Одеса : Юридична література, 2016. - 225 с. : рис., табл. - (Охорона праці при проектуванні технічних систем ; кн. 2)
6. Гаврилюк С.П. «Конкурентоспроможність підприємств у сфері туристичного бізнесу»: Навч. посібник. – К.: Київ. Національний торговий економічний університет, 2006. – 180 с.
7. Гетьман О.О. Економіка підприємства: навч. посіб. / О.О. Гетьман, В.М. Шаповал. — 2-ге вид. — К.: Центр учб. л-ри, 2010. — 488 с.
8. Горбонос Ф.В. Економіка підприємств: підручник / Ф.В. Горбонос, Г.В. Черевко, Н.Ф. Павленчик, А.О. Павленчик. — К.: Знання, 2010. — 463 с.
9. Гончаров А.Б. Фінансовий менеджмент: Навчальний посібник. — Х.:ВД «ІНЖЕК», 2003. — 240 с.
10. Гриньова В.М. Фінанси підприємств в схемах: Навч. посіб. / В.М. Гриньова, В.О. Коюда; Харьк. держ. екон. ун-т. — Х.: ВД "ІНЖЕК", 2010. — 211 с.
11. Григор'єва М. С. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства [Електронний ресурс] — режим доступу:

<http://www.ibl.ru/konf/120412/metody-ocenki-konkurentosposobnosti-predprijatija.html>

12. Господарський кодекс України від 16 січня 2003 року N 436-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua)

13. Глущенко Л. Д. Практикум з дисципліни "Економіка і фінанси підприємства" для студентів спеціальності 7.03060101 "Менеджмент організацій і адміністрування". Ч. 2 [Текст]. - Вінниця : ВНТУ, 2016. - 58 с.

14. Жебка В. В. Фінансовий менеджмент [Текст] : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / В. В. Жебка, О. М. Антонова, А. В. Кривуца. - К. : Логос, 2012. - 314 с. : табл.

15. Закон України «Про господарські товариства» від 19 вересня 1991 р. N 1576-XII [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua)

16. Закон України «Про захист економічної конкуренції» від 22.04.1993 року N 3125-XII [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua)

17. Економіка і підприємництво, менеджмент. Ч. 2 [Текст]. - Київ : ЦП "Компринт", 2016. - 395 с.

18. Ермолович, Л. Л. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия [Текст]: учебное пособие - Мн.: БГЭУ, 2011. – 256 с.

19. Ігнат'єва І. А. Менеджмент організації малого та середнього бізнесу [Текст] : підручник / І. А. Ігнат'єва, О. М. Паливода, Р. В. Янковой ; Київ. нац. ун-т технологій та дизайну. - К. : КНУТД, 2012. - 242 с. : рис., табл.

20. Карлина, Т. Структура организации и конкурентные преимущества [Текст] Карлина // Проблемы теории и практики управления. – 2012. – № 6. – С. 76-84.

21. Ковальов Є. В. Принципи менеджменту [Текст] : навч. посіб. / Є. В. Ковальов ; Харк. нац. ун-т внутр. справ. - Х. : ХНУВС, 2012. - 99 с. : рис., табл.

22. Кожушко Л. Ф. Основи менеджменту і маркетингу [Текст] : навч. посіб. для студентів ВНЗ, які навчаються за напрямом підгот. "Будівництво" / Л. Ф. Кожушко, Т. О. Кузнецова, О. Ю. Судук ; Нац. ун-т вод. госп-ва та природокористування. - Рівне : НУВГП, 2016. - 291 с. : рис., табл.

23. Кожушко Л. Ф. Менеджмент організацій: теорія та практика [Текст] : навч. посіб. / Л. Ф. Кожушко, Т. О. Кузнецова ; Нац. ун-т вод. госп-ва та природокористування. - Рівне : НУВГП, 2016. - 396 с. : рис., табл.

24. Коляда С. Современный менеджмент: стратегии эффективного лидера [Текст] / Светлана Коляда. - Днепропетровск : Лира, 2016. - 103 с. : ил.

25. Комарницький І.Ф. Антикризове управління підприємством: теорія та практика: навч. посіб. / І. Ф. Комарницький, Ю. О. Терлецька; Чернів. нац. ун-т ім. Ю.Федьковича. — Чернівці, 2010. — 248 с.

26. Кривов'язнюк І.В. Антикризове управління підприємством: навч. посіб. / І.В. Кривов'язнюк; Луц. держ. техн. ун-т, Волин. ін-т економіки та менедж. — К.: Кондор, 2008. — 366 с.

27. Кузьмін О.Є. Конкурентоспроможність підприємства: планування та діагностика: монографія / О. Є. Кузьмін, О. Г. Мельник, О. П. Романко; Івано-Франків. нац. техн. ун-т нафти і газу. — Івано-Франківськ, 2011. — 197 с.

28. Лісовська Л.С. Аналіз шляхів підвищення технологічної конкурентоспроможності України / Л.С. Лісовська, Н.С. Луцак // Вісн. Нац. ун-ту "Львів. політехніка". Пробл. економіки та упр. — 2010. — N 683. — С. 364-370.

29. Макаренко П.М. Економічна теорія - політекономічний контекст: навч. посіб. / П.М. Макаренко, Л.Ю. Мельник, А.П. Макаренко, Л.Л. Мельник. — 2-ге вид., доповн. — Полтава, 2010. — 211 с.

30. Максименко А.І. Економічна теорія: політекономія, мікроекономіка, макроекономіка: навч. посіб. / І. А. Максименко, Н. П. Мацелюх, І. М. Бурдейний, К. М. Кукушкін, Д. Я. Кушнір; Нац. ун-т держ. податк. служби України. — Чернівці: Прут, 2011. — 404 с

31. Менеджмент [Текст] : навч. посіб. / [Гончарук А. Г. та ін.] ; за ред. д-ра екон. наук А. Г. Гончарука ; Одес. нац. акад. харч. технологій. - О. : Фенікс, 2012. - 296 с. : рис., табл.

32. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності [Текст] : навч. посіб. / [А. А. Мазаракі та ін.] ; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. А. А. Мазаракі ; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. - К. : КНТЕУ, 2012. - 823 с. : рис., табл.

33. Менеджмент [Текст] : навч. посіб. / [І. О. Александров та ін.] ; за заг. ред. д-ра екон. наук І. О. Александрова, д-ра екон. наук К. І. Ткача ; Одес. нац. політехн. ун-т. - Одеса : Астропринт, 2015. - 388 с. : рис., табл.

34. Менеджмент [Текст] : навч. посіб. / [О. Є. Кузьмін та ін.] ; Нац. ун-т "Львів. політехніка". - Л. : Вид-во Львів. політехніки, 2012. - 239 с. : рис., табл.

35. Моргулець О. Б. Менеджмент у сфері послуг [Текст] : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / О. Б. Моргулець. - К. : Центр учбової літератури, 2012. - 383 с. : рис., табл.

36. Кеннеди Д. Жесткий менеджмент. Заставьте людей работать на результат [Текст] / Дэн Кеннеди ; [пер. с англ. Д. Глоба-Михайленко]. - Киев : Ника-Центр : Эльга ; М. : Альпина Паблишер, 2016. - 287 с. : рис.

37. Ламбен Ж.Ж. Підвищення конкурентоспроможності як програмне завдання технічного переозброєння машинобудівного підприємства/Двигун, № 46, 2011 — режим доступу: <http://engine.aviaport.ru/issues/75/page46.html>

38. Лінькова О. Ю. Менеджмент організацій [Текст] : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / О. Ю. Лінькова ; Нац. техн. ун-т "Харк. політехн. ін-т". - Х. : НТУ "ХПІ", 2012. - 463 с. : рис., табл.

39. Ожегов С. И. Словарь русского языка [Текст] : Около 53 000 сл. / С. И. Ожегов ; общ. ред. Л. И. Скворцов. - М. : ОНИКС 21 век : Мир и Образование, 2005. - 895 с.

40. Павлова В. А. Конкурентоспроможність підприємства: управління, оцінка, стратегія: монографія / В. А. Павлова, О. В. Кузьменко, В. М. Орлова, Г. А. Рижкова; Дніпропетр. ун-т економіки та права ім. А. Нобеля. — Д., 2011. — 350 с.

41. Пітель Н. Я. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності [Текст] : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Пітель Н. Я., Альошкіна Л. П., Федорець

- Л. М. ; Уман. нац. ун-т садівництва. - Умань : Сочінський [вид.], 2012. - 266 с. : рис., табл.
42. Портер М. Конкуренція. - М.: Вільямс, 2010. - с. 790.
43. Портер, М. Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата обеспечить его устойчивость [Текст] / М. Портер; пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 715 с.
44. Пушкаренко П.І. Економічна теорія: підручник / П. І. Пушкаренко; Харк. нац. ун-т внутр. справ, Сум. філ. — Суми: Унів. кн., 2011. — 383 с.
45. Рокоча В. В. Міжнародний менеджмент [Текст] : навч. посіб. / В. В. Рокоча, Б. М. Одягайло, В. І. Терехов ; ВНЗ "Ун-т економіки та права "КРОК". - Київ : ВНЗ "Ун-т економіки та права "КРОК", 2016. - 170 с. : табл.
46. Семенов В. Ф. Методи оцінювання конкурентоспроможності туристичного підприємства / В. Ф. Семенов, М. М. Жигаліна // Науковий вісник. – Одеса, 2010. – № 14 (115). – С. 75-85.
47. Сысоева Е.А. Конкурентные преимущества предприятия: эволюция и источники формирования / Е.А. Сысоева // Вопросы экономики и права. – 2011. – № 5. – С. 47-51.
48. Стратегічні імперативи сучасного менеджменту. Ч. 1 [Текст]. - Київ : КНЕУ, 2016. - 307 с.
49. Стратегічні імперативи сучасного менеджменту. Ч. 2 [Текст]. - Київ : КНЕУ, 2016. - 275 с.
50. Фальцман В.К., Интенсивный курс МВА: Учеб. пособие / В. К. Фальцман В.К. — М.: ИНФРА-М. — 544 с. — (Учебники для программы МВА)., 2011г.
51. Фатхутдінов Р.А. Стратегічна конкурентоспроможність./ Р.А. Фатхутдінов Р.А. - М. : Економіка, 2012.
52. Фінансовий менеджмент [Текст] : навч. посіб. / М. А. Крутько [та ін.] ; Харків. нац. техн. ун-т сіл. госп-ва ім. Петра Василенка. - Харків : Міськдрук, 2016. - 309, [10] с. : рис., табл.

53. Хасанов Р. Х. Методика оцінки конкурентоспроможності підприємства [Електронний ресурс] — режим доступу: [http://www.moderncompetition.ru/general/upload/articles\\_preview/sk0409-99\\_fs.pdf](http://www.moderncompetition.ru/general/upload/articles_preview/sk0409-99_fs.pdf)

54. Цивільний кодекс України від 16 січня 2003 року N 435-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua)

55. Четиркіна Н.Ю. Система управління конкурентоспроможністю: рівні, параметри і конкурентні переваги // Креативна економіка. - 2012. - № 3 (63). - С. 15-20. - Http: // [www.creativeconomy.ru/articles/19700/](http://www.creativeconomy.ru/articles/19700/).

56. Чиркова А. Н. Методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємств // Молодий вчений. — 2013. — №7. — С. 260-263. — URL <https://moluch.ru/archive/54/7379/>

57. Яксанов Д.С. Роль конкурентоспроможності в розвитку промислових підприємств // Вісник СГСЕУ. - 2013. - № 4 (48).