***Основні джерела:***

1. *Балабанова Л.В. Управління конкурентоспроможністю підприємства : навчальний посібник. Київ : Знання, 2009. 470 с.*
2. *Довгань Л.Є., Каракай Ю.В., Артеменко Л.П. Стратегічне управління : навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2009. 440 с.*
3. *Захарченко В.І., Корсікова Н.М., Меркулов М.М. Інноваційний менеджмент: теорія і практика в умовах трансформації економіки : навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 448 с.*
4. *Ліпкан  В.А. Національна безпека України : навчальний посібник. 2-ге вид. Київ : КНТ, 2009. 576 с.*
5. *Мостенська Т.Л. Основи маркетингу : навчальний посібник. Київ : Кондор, 2006. 240 с.*
6. *Палеха Ю.І., Горбань Ю.І. Інформаційний бізнес : підручник. Київ : Вид-во Ліра, 2015. 492 с.*
7. *Турченюк  М.О., Швец М.Д. Маркетинг : підручник. Київ : Знання, 2011. 319 с.*
8. *Управління конкурентоспроможністю підприємства : навчальний посібник / С.М. Клименко, О.С. Дуброва, Д.О. Барабась та ін. Київ : КНЕУ, 2006. 527 с.*

***Додаткова:***

1. *Беседіна А.О. Конкурентна розвідка в системі забезпечення стратегічного розвитку підприємства. Бізнес Інформ. 2012. №10. С. 277–279.*
2. *Бублик М.І., Хім’як М.М., Лібер М.В. Бенчмаркінг як спосіб одержання конкурентних переваг. Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України. 2009. Вип. 19.5. С. 136–139.*
3. *Герасимчук Л.М., Паньковська Л.С. Бенчмаркінг на підприємстві в умовах глобалізації. Вісник Хмельницького національного університету. Хмельницький, 2011. №3. Т.3. С. 99–103.*
4. *Гончарук А.Г. Бенчмаркінг як метод управління ефективністю підприємства. Труды Одесского политехнического университета. Одесса, 2007. Вып. 1(27). С. 253–258.*
5. [*Диденко Е.А.*](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=fullwebr&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=A=&S21COLORTERMS=1&S21STR=%D0%94%D0%B8%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE%20%D0%95$)*, Крисюк Ю.О., Бенчмаркінг в системі управління організацією.* [*Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія : Економічні науки*](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=JUU_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=IJ=&S21COLORTERMS=1&S21STR=%D0%9671512:%D0%95%D0%BA%D0%BE%D0%BD.%20%D0%BD.)*. 2015. № 4. С. 20–26.*
6. *Дячок І., Тепла М. Бенчмаркінг як інструмент вдосконалення бізнесу : суть, види та особливості проведення. Вісник Львівського університету. Серія економічна. Львів, 2010. Вип. 44. С. 595–605.*
7. *Кирик О.А. Бенчмаркінг як інструмент пошуку інновацій.*[*Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=JUU_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=IJ=&S21COLORTERMS=1&S21STR=%D0%9673543)*. Бердянськ, 2013. № 1. С. 49–52.*
8. *Кирич Н.Б., Шведа Н.М. Бенчмаркінг як ефективна технологія створення конкурентних переваг підприємств України. Проблеми формування та реалізації конкурентної політики : матеріали ІІІ Міжнародної науково-практичної конференції, м. Львів, 19-20 верес. 2013. Львів : Друк Арт, 2013. С. 106–107.*

## *Колосок А.М., Скорук О.В., Блеянюк І.Я. Конкурентна розвідка як елемент комплексної системи фінансово-економічної безпеки підприємства. Економіка та управління підприємствами. Мукачів, 2016. Вип. 14. С. 394–398.*

1. *Морщенок  Т. С. Бенчмаркінг як інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємницьких структур. Економіка і суспільство. 2017.  № 9. С. 533–540.*
2. *Мужанова Т.М. Конкурентна розвідка як інструмент інформаційно-аналітичного супроводу забезпечення інформаційної безпеки підприємства. Економіка та суспільство. 2018. №16. С. 425–431.*
3. *Пилипчук В.П., Шиманська А.А. Бенчмаркінг як інструмент підвищення ефективності маркетингової діяльності промислового підприємства.*[*Молодий вчений*](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=JUU_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=IJ=&S21COLORTERMS=1&S21STR=%D0%96101120)*. 2015. № 9(2). С. 13–17.*
4. *Тарнавська О.Б., Попович Д.В. Бенчмаркінг як дієвий інструмент управління ефективністю підприємства. Глобальні та національні проблеми економіки. 2015. № 4. С. 544–546.*
5. *Турович А.А. Перспективи розвитку бенчмаркінгу в Україні.*[*Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія : Економіка*](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=JUU_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=IJ=&S21COLORTERMS=1&S21STR=%D0%9669992:%D0%95%D0%BA%D0%BE%D0%BD.)*. 2010. Вип. 14. С. 543–549.*
6. *Шевченко О.М., Братусь Ю.М. Економічна сутність бенчмаркінгу та його роль у інноваційному розвитку підприємства. Бізнес Інформ. 2014. № 4. С. 64–67.*

***Інформаційні джерела****:*

1. *Майорова Н.І. Маркетинговий аналіз: сертифікований курс. URL:* [*http://dn.khnu.km.ua/dn/k\_default.aspx?M=k0401&T=08&lng=1&st=0*](http://dn.khnu.km.ua/dn/k_default.aspx?M=k0401&T=08&lng=1&st=0)*.*