Міністерство освіти і науки України
Одеський національний технологічний університет

Факультет *менеджменту, маркетингу та публічного адміністрування*
Кафедра *маркетингу, підприємництва і торгівлі*
Ступінь вищої освіти – *перший (бакалавр)*
Спеціальність *075 «Маркетинг»*
Освітньо-професійна програма *«Маркетинг»*

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему: Розробка маркетингових методів підвищення конкурентоспроможності сирів ТМ «Чізарня» для ТОВ «Сільпо-Фуд»

ШИФР КРБ.МПіТ.1.88-03.ІІ.2.2

Здобувача _____ Бєльцова Д.С.
2 курсу зі скор. т.н. 1 рік 10 місяців
групи ЕМ-483
Керівник _____ доц. Мільчева В.В.

Кваліфікаційна робота допускається до захисту

Рішення кафедри від «15» червня 2024 р., протокол №17

Завідувач кафедри маркетингу,
підприємництва і торгівлі _____ проф. Володимир ЛАГОДІЄНКО

Одеса – 2024 рік

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ПРИКЛАДНОЇ ЕКОНОМІКИ І МЕНЕДЖМЕНТУ ім.Г.Е.Вейнштейна

Факультет *менеджменту, маркетингу та публічного адміністрування*
Кафедра *маркетингу, підприємництва і торгівлі*
Ступінь вищої освіти *перший (бакалавр)*
Спеціальність *075 «Маркетинг»*
Освітньо-професійна програма *«Маркетинг»*

ЗАТВЕРДЖУЮ

Зав. кафедри _____

_____

«27» вересня 2023 р.

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ БАКАЛАВРА

здобувачу

Денису БЄЛЬЦОВУ

_____

1. Тема проекту (роботи) Розробка маркетингових методів підвищення конкурентоспроможності сирів ТМ «Чізарня» для ТОВ «Сільпо-Фуд»та керівник PhD, доц. Мільчева В.В., затверджені наказом ОНТУ від «27» вересня 2023 року № 542-03 та у редакції, затвердженій наказом від «9» лютого 2024 року № 88-03
2. Строк подання студентом проекту (роботи) 15.06.2024 року
3. Вихідні дані до проекту (роботи) аналітичні дані підприємства ТОВ «Сільпо-Фуд» та його конкурентів, матеріали наукових публікацій з питань маркетингових методів підвищення конкурентоспроможності.

_____

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) Вступ. Розділ 1. Теоретичні засади підвищення конкурентоспроможності продукції**.** Розділ 2. Аналіз маркетингової діяльності ТОВ «Сільпо-Фуд». Розділ 3. Розроблення пропозицій і маркетингових заходів щодо підвищення рівня конкурентоспроможності продукції. Висновки та пропозиції. Список використаних джерел.
5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) табличний матеріал з відображенням показників діяльності підприємства, графічний матеріал з аналізу та оцінки маркетингового середовища підприємства, графічний матеріал – презентація до захисту роботи.

6. Консультанти розділів проекту (роботи)

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв

7. Дата видачі завдання 27.09.2023 р.

Керівник _____ PhD, доц. Мільчева В.В.

Завдання прийняв до виконання _____ Бєльцов Д.С.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Вибір теми, обґрунтування її актуальності і призначення наукового керівника кваліфікаційної роботи.	до 15 серпня 2023 р.	виконано
2.	Затвердження теми кваліфікаційної роботи	до 22 серпня 2023 р.	виконано
3.	Отримання завдання на проведення наукового дослідження та підготовка календарного плану виконання кваліфікаційної роботи, затвердження його керівником.	до 10 жовтня 2023 р.	виконано
4.	Збір та узагальнення статистичного матеріалу за темою роботи за період 2021 – 2023 рр.	10 листопада 2023 р.	виконано
5.	Підготовка першого розділу кваліфікаційної роботи, узагальнення огляду літературних джерел. Висновки за розділом 1.	до 20 грудня 2023 р.	виконано
6.	Робота над другим розділом: розробка системи показників, макету аналітичних таблиць.	до 25 лютого 2024 р.	виконано
7.	Проходження комплексної практики з фаху та збирання первинного матеріалу власних спостережень за 2023 р.	25 лютого – 18 березня 2024 р.	виконано
8.	Виконання другого розділу кваліфікаційної роботи. Проведення аналітичної роботи та підготовка висновків за розділом 2.	до 01 квітня 2024 р.	виконано
9.	Розробка та оформлення третього розділу кваліфікаційної роботи. Висновки за розділом 3.	до 01 травня 2024 р.	виконано
10.	Подання роботи на перевірку науковому керівникові та доопрацювання тексту роботи і висновків. Завершення оформлення роботи та розробка висновків і пропозицій.	до 02 червня 2024 р.	виконано
11.	Перевірка роботи на плагіат. Підготовка до захисту кваліфікаційної роботи на засіданні Екзаменаційної комісії: доповідь, демонстраційні матеріали, попередній захист, подання текстової і графічної частини роботи до е-архіву кафедри та університету.	05-15 червня 2024 р.	виконано
12.	Захист виконаної роботи згідно затвердженого графіку роботи ЕК спеціальності 075 «Маркетинг»	18-21 червня 2024 р.	

Керівник проекту (роботи) _____ Мільчева В.В.
(підпис) (прізвище та ініціали)

Здобувач-дипломник_____ Бєльцов Д.С.
(підпис) (прізвище та ініціали)

Несу відповідальність за ідентичність електронного та друкованого варіантів кваліфікаційної роботи, даю згоду на обробку персональних даних та не заперечую проти розміщення кваліфікаційної роботи на офіційних web-ресурсах ОНТУ.
Підтверджую, що в кваліфікаційній роботі відсутні порушення норм академічної доброчесності.

Здобувач-дипломник_____ Бєльцов Д.С.

АНОТАЦІЯ

до кваліфікаційної роботи СВО «бакалавр» здобувача Бєльцова Д.С.

У кваліфікаційній роботі розглянуті питання щодо забезпечення стійкого розвитку підприємств в умовах зростаючої конкуренції. Розробка і реалізація маркетингових методів для зміцнення ринкових позицій та задоволення потреб споживачів дозволить ТОВ «Сільпо-Фуд» підвищити конкурентоспроможність сирів ТМ «Чізарня».

Кваліфікаційна робота містить такі розділи:

1. Теоретичні засади підвищення конкурентоспроможності продукції;

2. Аналіз маркетингової діяльності ТОВ «Сільпо-Фуд»;

3. Розроблення пропозицій і маркетингових заходів щодо підвищення рівня конкурентоспроможності продукції.

Метою кваліфікаційної роботи є розробка та обґрунтування ефективних маркетингових методів, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності сирів ТМ «Чізарня» для ТОВ «Сільпо-Фуд».

Об'єктом дослідження маркетингова діяльність ТМ «Чізарня» ТОВ «Сільпо-Фуд» на ринку сирів України. Предметом дослідження роботи є комплекс науково-теоретичних, методичних і прикладних аспектів формування маркетингових методів підвищення конкурентоспроможності сирів ТМ «Чізарня» для ТОВ «Сільпо-Фуд» з економічним обґрунтуванням запропонованих маркетингових заходів.

Методи дослідження включають теоретичні, такі як аналіз наукової літератури та нормативних документів з питань маркетингових стратегій та конкурентоспроможності. Емпіричні методи включають опитування споживачів, аналіз статистичних даних, порівняльний аналіз. Практичні методи включають розробку маркетингових заходів, моделювання та оцінку їх ефективності.

ЗМІСТ

ВСТУП 6
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ 8
1.1 Конкурентоспроможність продукції: сутність поняття 8
1.2 Методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності продукції 13
1.3 Маркетингові методи підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства 16
Висновки до розділу 1 21
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» 23
2.1 Характеристика маркетингової діяльності ТОВ «Сільпо-Фуд» 23
2.2 Аналіз макро- і мікросередовища ТОВ «Сільпо-Фуд» 25
2.3 Аналіз споживчих уподобань 47
2.4 Оцінка конкурентоспроможності продукції 62
Висновки до розділу 2 65
РОЗДІЛ 3 РОЗРОБЛЕННЯ ПРОПОЗИЦІЙ І МАРКЕТИНГОВИХ ЗАХОДІВ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ 67
3.1 Обґрунтування напрямів підвищення рівня конкурентоспроможності продукції 67
3.2 Проєкт заходів щодо підвищення рівня конкурентоспроможності продукції підприємства 69
3.3 Прогноз ефективності реалізації запропонованого проєкту заходів 77
Висновки до розділу 3 80
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ 81
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 83
ДОДАТОК А 89

ВСТУП

У сучасних умовах швидкого розвитку ринкових відносин та глобалізації економіки, питання підвищення конкурентоспроможності є одним із найважливіших завдань для підприємств будь-якої галузі. Особливо це стосується харчової промисловості, де конкуренція між виробниками постійно зростає, а вимоги споживачів стають все більш високими. В таких умовах компаніям необхідно постійно вдосконалювати свої маркетингові стратегії та підходи, щоб забезпечити стійке зростання та зміцнити свої позиції на ринку.

Грамотне розроблення маркетингової стратегії щодо підвищення конкурентоздатності продукції є критичним, оскільки дозволяє компаніям адаптуватися до змін ринкових умов, реагувати на нові тенденції та задовольняти потреби споживачів.

Таким чином, дослідження маркетингових методів підвищення конкурентоспроможності сирів ТМ «Чізарня» є надзвичайно актуальним та важливим для забезпечення успішного розвитку компанії в умовах сучасного ринку.

Метою даної кваліфікаційної роботи є розробка та обґрунтування ефективних маркетингових методів, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності сирів ТМ «Чізарня» для ТОВ «Сільпо-Фуд».

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі завдання:

- розглянути теоретичні засади підвищення конкурентоспроможності;
- проаналізувати маркетингову діяльність ТОВ «Сільпо-Фуд»;
- проаналізувати макро- і мікросередовище ТОВ «Сільпо-Фуд»;
- проаналізувати споживчі уподобання сирів;
- оцінити конкурентоспроможність сирів ТМ «Чізарня»;
- обґрунтувати напрями підвищення рівня конкурентоспроможності продукції;

- розробити проєкт заходів щодо підвищення рівня конкурентоспроможності продукції;

- спрогнозувати ефективність реалізації запропонованого проєкту заходів.

Об’єктом дослідження є маркетингова діяльність ТМ «Чізарня» ТОВ «Сільпо-Фуд» на ринку сирів України.

Предметом дослідження роботи є комплекс науково-теоретичних, методичних і прикладних аспектів формування маркетингових методів підвищення конкурентоспроможності сирів ТМ «Чізарня» для ТОВ «Сільпо-Фуд» з економічним обґрунтуванням запропонованих маркетингових заходів.

Методи дослідження включають теоретичні, такі як аналіз наукової літератури та нормативних документів з питань маркетингових стратегій та конкурентоспроможності. Емпіричні методи включають опитування споживачів, аналіз статистичних даних, порівняльний аналіз. Практичні методи включають розробку маркетингових заходів, моделювання та оцінку їх ефективності.

Проведене дослідження має на меті не лише вдосконалення маркетингової діяльності ТМ «Чізарня», але й зміцнення конкурентних позицій ТОВ «Сільпо-Фуд» на ринку сирів.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Проведене дослідження маркетингової діяльності ТОВ «Сільпо-Фуд» та аналіз конкурентоспроможності продукції ТМ «Чізарня» дозволили визначити основні напрями підвищення конкурентоспроможності на ринку сирів України. Вивчення теоретичних засад конкурентоспроможності показало, що вона є багатогранним поняттям, яке включає різні аспекти якості, ціни, інноваційності та маркетингової привабливості продукції. Аналіз маркетингової діяльності ТОВ «Сільпо-Фуд» виявив сильні сторони компанії, такі як інноваційність, широка асортиментна лінійка та висока якість продукції, а також слабкі сторони, що потребують удосконалення, зокрема у сфері дистрибуції та логістики.

Аналіз макро- і мікросередовища компанії показав, що політичні, економічні, соціальні, технологічні, екологічні та правові фактори суттєво впливають на діяльність ТОВ «Сільпо-Фуд». Військовий стан та економічна нестабільність створюють значні виклики для підприємства, однак зростаючий попит на здорову та екологічно чисту продукцію відкриває нові можливості для розвитку. Споживчі уподобання щодо сирів зміщуються в бік крафтових, органічних та безлактозних продуктів, що вимагає від виробників адаптації до нових тенденцій.

Оцінка конкурентоспроможності продукції ТМ «Чізарня» виявила, що компанія має потенціал для зміцнення своїх позицій на ринку через впровадження інновацій та розширення асортименту. Обґрунтовані напрями підвищення конкурентоспроможності включають розвиток нових продуктів, поліпшення упаковки, активізацію маркетингових заходів та вдосконалення логістичних процесів.

Розроблений проєкт заходів щодо підвищення конкурентоспроможності продукції передбачає впровадження нових технологій виробництва, розширення асортименту низькокалорійних і безлактозних сирів, покращення упаковки, а також активізацію

маркетингових заходів, таких як реклама у соціальних мережах, співпраця з дієтологами та фітнес-тренерами, організація дегустацій та участь у виставках.

Прогноз ефективності реалізації запропонованого проєкту заходів базується на аналізі потенційного зростання обсягів продажів, підвищення впізнаваності бренду та зміцнення позицій на ринку. Впровадження інновацій та покращення якості продукції дозволить збільшити лояльність споживачів і залучити нових клієнтів. Активна маркетингова діяльність сприятиме підвищенню обізнаності про бренд «Чізарня» і його продукцію.

Загалом, проведене дослідження підтвердило актуальність та важливість розробки і впровадження ефективних маркетингових методів для підвищення конкурентоспроможності сирів ТМ «Чізарня». Запропоновані заходи спрямовані на створення додаткової цінності для споживачів, підвищення конкурентоспроможності продукції та забезпечення стійкого розвитку ТОВ «Сільпо-Фуд» на ринку сирів України.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Щурко У. В. Підходи до формування та реалізації конкурентних стратегій. Економіка і суспільство. 2018. №17. С.402-412. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/17_ukr/60.pdf

2. Кривіцька В. В., Зянько В. В. Механізм управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах нестабільності. Ефективна економіка. 2020 №8. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/8_2020/153.pdf

3. Вініченко І.І., Крючок С.І. Конкурентоспроможність підприємства та її складові. Агросвіт. 2016. № 24. С. 15-20.

4. Михайленко О.В., Орлова К.Г. Система управління конкурентоспроможністю продукції підприємства. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2017. Вип. 13 (2). С. 114–117.

5. Павлішина Н.М., Рясна Г.В. Маркетингова стратегія: сутність та методика формування. Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. 2017. №12. С. 126-130.

6. Яценко І.В. Управління конкурентними стратегіями та конкурентоспроможністю підприємства. Економіка та управління на транспорті. 2016. Вип. 2. С. 270–274.

7. Шульга М. Розроблення напрямів підвищення конкурентоспроможності підприємства. Підприємництво та інновації. 2020. № 12. С. 135-141.

8. Слободяник А. М., Семижон Є. М. Маркетингові аспекти ключових проблем промислових підприємств України. Агросвіт. 2021. № 3. С. 55–65

9. Коломієць І.Ф. Підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства в системі факторів інтернаціоналізації. Конкуренція. 2017. №3. С. 16-26.

10. Станіславик О.В., Коваленко О.М. Актуальні шляхи та фактори підвищення конкурентоспроможності вітчизняного підприємства. Економічний форум. № 2, 2017. С. 223-230.

11. Бугай В.З., Омельченко В.М. Аналіз та оцінка конкурентоспроможності підприємства. Держава та регіони. 2018. № 1. С. 34-39.

12. Головчук Ю. О., Пчелянська Г. О. Особливості формування стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства на основі парадигми інноваційного розвитку. Економіка та держава. 2020. № 3. С. 66-70. DOI: 10.32702/2306-6806.2020.3.66

13. Шарко В.В., Лоянич Г.С., Гавенко М.С. Формування конкурентної стратегії підприємства торгівлі. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2017. № 6 (1). С. 222-226. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2017_6(1)__45

14. Головчук Ю.О. Маркетингова домінанта розвитку конкурентних переваг підприємства в умовах інформаційної економіки. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2017. № 3 (1) С. 69-73. URL: http://elar.khnu.km.ua/jspui/bitstream/123456789/6226/1/10.pdf

15. Tanasiichuk A., Hromova O., Abdullaieva A., Holovchuk Y., Sokoliuk K. Strategy of Internationalization by Ukrainian Meat Producers' Implementation. European journal of sustainable development. European center sustainable development. Italy. 2022. Vol 9. No 1. p.p. 339-363, DOI: 10.14207/ejsd.2020.v9n1p339.

16. Gonchar O., Polishchuk I. Integration factors of today as a prerequisite for forming a mechanism for managing the marketing potential of the enterprise. Journal of European economy. 2019. p.p. 213-225. DOI: https://doi.org/10.35774/jee2019.02.213.

17. Кузнецова І.О., Горбатюк В.В. Сучасні підходи до формування конкурентної стратегії підприємства. Вісник соціально-економічних

досліджень: зб. наук. праць. Одеса: Одеський національний економічний університет. 2020. № 3-4(74-75). С. 109–120

18. Юрчишина Л.І., Тарасенко В.А. Підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств в контексті їх стратегічного розвитку. Економічний вісник. 2019. № 3. С. 135-145.

19. Літвінчук Ю.А., Наумов О.Б. Конкурентна стратегія підприємства в сучасних умовах господарської діяльності в Україні. Матеріали XVIII міжнародної науково-практичної конференції «Сучасні проблеми менеджменту» – НАУ, м. Київ, 2022. – 229 с.

20. Бондаренко С.М., Невмержицька А.А. Оцінка конкурентоспроможності підприємства. Технології та дизайн. 2017. №2.

21. Головчук Ю. О., Пчелянська В. О. Особливості формування стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства на основі парадигми інноваційного розвитку. Економіка та Держава. 2020. №12. С. 66-70.

22. Вербівська Л.В., Судук І.В. Стратегія забезпечення конкурентоспроможності підприємства та основні принципи її формування. Молодий вчений. 2017. № 10 (50). С. 827-833

23. Чумак О.В., Соловйова О.О., Петровський О.А. Теоретичне підґрунтя концепції формування конкурентної стратегії підприємства. Проблеми системного підходу в економіці. 2022. № 3(89). с 78.

24. Євтушенко Н.О., Гончар Д.К. Механізм управління конкурентоспроможністю підприємств України. Економіка. Менеджмент. Бізнес. Київ : ДУТ. 2021. №1 (35). С 16-21.

25. Костриченко В. М. Практичні аспекти підвищення конкурентоспроможності підприємства. Вісник НУВГП Економічні науки. 2019. Випуск 1(85). С. 90–103. URL : http://surl.li/ibjgc

26. Сапотніцька Н., Козак В. Стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства та їх синергія в умовах війни.

Трансформаційна економіка. 2023. № 2(02). С. 49–52. https://doi.org/10.32782/2786-8141/2023-2-9

27. Портер М.Е.. Конкурентна стратегія: техніки аналізу галузей і конкурентів; пер. з англ. К. : Наталія Кошманенко. 2020. 424 с.

28. Офіційний сайт ТОВ «Сільпо-Фуд». URL: https://silpo.ua/

29. Фінансова звітність ТОВ «Сільпо-Фуд». URL: https://content.silpo.ua/uploads/2022/10/06/633e8a9c12767.pdf?_ga=2.67270673.1293468795.1683111970-541979981.1683111970

30. Лавка традицій. URL: https://lavkasilpo.com.ua/

31. Pro Cheese. Поява нового маркування сирів на українських вітринах. URL: https://procheese.ua/poiava-novoho-markuvannia-syriv-na-ukrainskykh-vitrynakh/

32. Pro Cheese. Сирні тренди, що формуватимуть ринок 2024 року. URL: https://procheese.ua/cyrni-trendy-shho-formuvatymut-rynok-2024-roku/

33. Pro Consulting. Дослідження ринку сиру в Україні. URL: https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-syra-v-ukraine-2023-god

34. Pro Consulting. Ринок сиру в Україні: курс на розширення асортименту. URL: https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/rynok-syra-v-ukraine-kurs-na-rasshirenie-assortimenta

35. Маркетингове дослідження ринку твердих сирів України від брендингового агенства KOLORO. URL: https://pokupochka.com.ua/text/2020/02/01/uk/alans-marketingove-doslidzenna-rinku-tverdih-siriv-ukraini-vid-brendingovogo-agentstva-koloro.html

36. InfAgro. Огляд ринку сирів. URL: https://infagro.com.ua/ua/2023/07/17/oglyad-rinku-siriv/

37. Семенда Д. К., Корман І. І., Семенда О. В. Оцінка кон’юнктури та споживчих переваг на ринку сиру України. Агросвіт. 2022. № 3. С. 77–88. DOI: https://doi.org/10.32702/2306&6792.2022.3.77.

38. Величко А. Є., Кухарук Р. М., Маслова І. В., Пухлякова М. В. Стан та перспективи розвитку ринку молока та молочних продуктів України.

Агросвіт. 2021. № 16. С. 62–68. DOI: https://doi.org/10.32702/2306-6792.2021.16.62.

39. Економічна правда. Як війна змінила економічну географію України. URL: https://www.epravda.com.ua/columns/2023/10/19/705648/

40. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/

41. UNDP. Оцінка впливу війни на мікро, малі та середні бізнеси України. URL: https://www.undp.org/uk/ukraine/publications/otsinka-vplyvu-viyny-na-mikro-mali-ta-seredni-biznesy-v-ukrayini

42. Pro Cheese. Тренди сирного світу: виклики та тенденції 2024. URL: https://procheese.ua/cyrni-trendy-shho-formuvatymut-rynok-2024-roku/

43. Зелінський Ю.П. Аналіз методів для оцінки конкурентоспроможності підприємства в механізмі управління. Збірник наукових праць студентів, аспірантів та молодих вчених «Наука майбутнього». 2021. № 2(8). С. 221-228.

44. Сахно І. В., Сахненко О.І. Стратегічне управління як інструмент формування конкурентоспроможності підприємства. Інфраструктура ринку. 2019. № 31. С. 362–367.

45. Швед Т.В., Біла І.С. Оцінка конкурентоспроможності підприємства. Економіка і суспільство. (Економіка та управління підприємствами). Випуск 8. 2017. С. 405-410.

46. Швед Т.В., Біла І.С. Оцінка конкурентоспроможності підприємства. Економіка і суспільство. (Економіка та управління підприємствами). Випуск 8. 2017. С. 405-410.

47. Лук’янчук О.М., Волкова Д.В. Особливості використання методів ефективної оцінки конкурентоспроможності підприємства. Економіка. Фінанси. Право: інформаційно–аналітичний журнал. Київ. 2020. № 4. С. 13-17.

48. Онищенко В., Кононенко Д., Чупін М. Інструменти стратегічного аналізу в управлінні підприємством: огляд, класифікація, критерії вибору.

Acta Academiae Beregsasiensis. Economics. 2023. №4. DOI: https://doi.org/10.58423/2786-6742/2023-4-493-506