

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: Впровадження ефективної системи управління асортиментом і
якістю товарів ТОВ «Сільпо Фуд» в сегменті шоколаду

ШИФР КРБ.МПіТ.1.542-03.П.2.3

Здобувача _____ Краснянського Г.О.

4 курсу групи ЕМ-483

Керівник _____ доц. Значек Р.Р.

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

Глібу КРАСНЯНСЬКОМУ

-
1. Тема проекту (роботи) Впровадження ефективної системи управління асортиментом і якістю товарів ТОВ «Сільпо Фуд» в сегменті шоколаду» та керівник к.т.н., доц. Значек Р.Р., затверджені наказом ОНТУ від «27» вересня 2023 року № 542-03
 2. Строк подання студентом проекту (роботи) 15.06.2024 року
 3. Вихідні дані до проекту (роботи) аналітичні дані ТОВ «Сільпо-Фуд» та його конкурентів, матеріали наукових публікацій з питань розробки маркетингових методів підвищення конкурентоздатності продукції
 4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) Вступ. Розділ 1. Теоретичні засади управління асортиментом та якістю продукції. Розділ 2. Аналіз маркетингової діяльності ТОВ «Сільпо-Фуд». Розділ 3. Розробка управлінських рішень щодо удосконалення товарного асортименту політикою ТОВ «Сільпо-Фуд». Висновки та пропозиції. Список використаних джерел.
 5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) табличний матеріал з відображенням показників діяльності ТОВ «Сільпо-Фуд», графічний матеріал щодо аналізу та оцінки конкурентоздатності підприємства, графічний матеріал – презентація до захисту роботи (слайдів).

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 _____ к.т.н., доц. Значек Р.Р.

Завдання прийняв до виконання _____ Краснянський Г.О.

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) _____

(підпис)

Значек Р.Р.

(прізвище та ініціали)

Здобувач-дипломник _____

(підпис)

Краснянський Г.О.

(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 _____ Краснянський Г.О.

АНОТАЦІЯ

до кваліфікаційної роботи СВО «бакалавр» студента Краснянського Г.О.

Кваліфікаційна робота містить такі розділи:

1. Теоретичні засади управління асортиментом та якістю продукції.
2. Аналіз маркетингової діяльності ТОВ «Сільпо-Фуд».
3. Розробка управлінських рішень щодо удосконалення товарного асортименту ТОВ «Сільпо-Фуд».

Метою кваліфікаційної роботи є розробка пропозицій щодо удосконалення системи управління асортиментом і якістю товарів ТОВ «Сільпо Фуд» в сегменті шоколаду.

Предметом роботи є процес впровадження ефективної системи управління асортиментом та якістю продукції в діяльність ТОВ «Сільпо-Фуд» в сегменті шоколаду.

Дослідження включає аналіз існуючих систем управління асортиментом та якістю в ТОВ «Сільпо Фуд», виявлення їхніх переваг і недоліків. Далі у роботі детально розглядаються методи та інструменти, які можна використовувати для вдосконалення управління асортиментом та контролю якості продукції, зокрема у сегменті шоколадних виробів.

Особлива увага приділяється впровадженню сучасних технологій управління, таких як системи автоматизованого контролю якості, програмне забезпечення для аналізу попиту та прогнозування продажів, а також методи вдосконалення процесів логістики та постачання.

Дослідження також включає аналіз ринкових тенденцій у сегменті шоколадних виробів, враховуючи вимоги споживачів до якості та різноманітності асортименту. На основі зібраної інформації пропонуються конкретні рекомендації з впровадження ефективної системи управління асортиментом і якістю товарів у ТОВ «Сільпо Фуд», спрямовані на підвищення конкурентоспроможності компанії та задоволення потреб споживачів.

Дослідження показало, що ефективне впровадження сучасних технологій управління може значно покращити процеси контролю якості, забезпечити оптимальне управління асортиментом та підвищити задоволеність клієнтів продукцією компанії. Аналіз ринкових тенденцій показав, що споживачі все більше звертають увагу на якість та різноманітність товарів у сегменті шоколаду, тому підвищення якості та розширення асортименту може сприяти збільшенню конкурентоспроможності компанії.

Пропозиції та рекомендації, розроблені на основі результатів дослідження, спрямовані на практичне впровадження в компанії, з метою досягнення оптимального результату.

Ключові слова: управління асортиментом, якість продукції, шоколадний сегмент, споживачі, аналіз ринку, конкурентоспроможність, логістика, постачальники.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ АСОРТИМЕНТОМ ТА ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ.....	8
1.1. Економічна сутність та види товарного асортименту.....	8
1.2 Якість товару з точки зору виробника та споживача.....	14
1.3 Методичні підходи щодо формування перспективного (оптимального) товарного асортименту.....	21
Висновок до розділу 1.....	26
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «СІЛЬПО- ФУД».....	27
2.1 Характеристика маркетингової діяльності підприємства.....	27
2.2 Аналіз існуючого товарного асортименту підприємства.....	40
2.3 Аналіз поведінки споживачів ТОВ «Сільпо-Фуд» в сегменті шоколаду...52	52
Висновки до розділу 2.....	60
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ ТОВАРНОГО АСОРТИМЕНТУ ТОВ «СІЛЬПО- ФУД».....	61
3.1 Обґрунтування напрямів реструктуризації (оптимізації) товарного асортименту.....	61
3.2 Проект заходів (управлінських рішень) щодо впровадження перспективного асортименту шоколаду ТОВ «Сільпо-Фуд».....	65
3.3 Оцінка ефективності проекту запропонованих заходів.....	69
Висновки до розділу 3.....	77
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	79
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	82
ДОДАТКИ.....	86

ВСТУП

Впровадження ефективної системи управління асортиментом і якістю товарів ТОВ «Сільпо Фуд» в сегменті шоколаду є актуальною проблемою, оскільки сучасний ринок вимагає постійного вдосконалення асортименту та підвищення якості продукції. Конкурентність підприємства в значній мірі залежить від його здатності вчасно реагувати на зміни у попиті споживачів та пропозиції конкурентів.

Актуальність теми дослідження обумовлена низкою факторів. По-перше, швидка динаміка ринкових змін та зростаюча конкуренція у сегменті продажу шоколаду вимагають від підприємств постійного оновлення та оптимізації асортименту, а також підвищення якості продукції для задоволення потреб споживачів та збільшення їх лояльності.

По-друге, в умовах стрімкого розвитку технологій та змін споживчих уподобань важливо мати ефективну систему управління асортиментом, яка дозволить оперативно адаптуватися до нових вимог ринку та забезпечувати високу якість продукції.

По-третє, управління асортиментом та якістю товарів є ключовим елементом стратегії розвитку підприємства, яке може значно вплинути на його фінансові показники та конкурентоспроможність в цілому. Тому дослідження даної теми має важливе практичне значення для управлінців та власників підприємства, які прагнуть покращити ефективність управління та збільшити прибутковість бізнесу.

Метою дослідження є розробка пропозицій щодо удосконалення системи управління асортиментом і якістю товарів ТОВ «Сільпо Фуд» в сегменті шоколаду, а завданнями:

- визначення економічної сутності та видів товарного асортименту;
- визначення поняття «якості товару» з точки зору виробника та споживача;

- вивчення методичних підходів до формування оптимального товарного асортименту;
- характеристика маркетингової діяльності ТОВ «Сільпо-Фуд»;
- проведення аналізу існуючого товарного асортименту ТОВ «Сільпо-Фуд»;
- проведення аналізу поведінки споживачів ТОВ «Сільпо-Фуд» в сегменті шоколаду;
- обґрунтування напрямків оптимізації товарного асортименту;
- розробка проекту заходів щодо впровадження перспективного асортименту шоколаду ТОВ «Сільпо-Фуд»;
- проведення оцінки ефективності проекту запропонованих заходів.

Практичне значення дослідження полягає у можливості підвищення ефективності управління асортиментом та якістю шоколадних товарів підприємства, що сприятиме збільшенню його конкурентоспроможності на ринку.

Об'єктом дослідження є процес управління асортиментом і якістю шоколадних товарів ТОВ «Сільпо Фуд», а предметом - впровадження ефективної системи управління асортиментом та якістю продукції ТОВ «Сільпо-Фуд» в сегменті шоколаду.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Теоретичні засади управління асортиментом та якістю продукції є невід'ємними компонентами успішної діяльності будь-якого підприємства. Управління асортиментом включає в себе вибір, планування, реалізацію та контроль товарів або послуг, що вимагає глибокого аналізу ринку, врахування потреб споживачів, конкурентного середовища та стратегічного планування. Одним з важливих аспектів є оптимізація асортименту шляхом вибору найпопулярніших, найприбутковіших та найконкурентоздатніших товарів.

Якість продукції є ключовим чинником, який визначає задоволення споживачів і формує їхню лояльність. Управління якістю передбачає встановлення стандартів якості, контроль за їх дотриманням на всіх етапах виробництва та постачання, а також постійне вдосконалення продукції. Ефективне управління асортиментом та якістю продукції вимагає системного підходу та співпраці всіх відділів компанії, включаючи виробництво, маркетинг, логістику та дистрибуцію.

Важливість теоретичних засад управління асортиментом та якістю продукції не можна переоцінити в умовах сучасного бізнесу. Управління асортиментом є комплексним процесом, що включає аналіз ринку, вивчення споживчих потреб, оцінку конкурентного середовища та стратегічне планування. Оптимальний асортимент товарів є ключовим фактором успіху, оскільки він відображає потреби та уподобання клієнтів, а також забезпечує конкурентні переваги компанії.

Маркетингова діяльність ТОВ «Сільпо-Фуд» вирізняється активним просуванням бренду та використанням різних маркетингових інструментів і стратегій для залучення та утримання клієнтів. Особливий акцент зроблено на комунікації цінностей бренду, що сприяє зміцненню емоційного зв'язку зі споживачами та підвищенню їх лояльності. Соціальні мережі, рекламні кампанії та програми лояльності є важливими компонентами маркетингової стратегії компанії.

Аналіз товарного асортименту ТОВ «Сільпо-Фуд» показує, що компанія пропонує широкий вибір продуктів, що відповідають різним смакам і потребам споживачів. Асортимент включає як базові, так і преміальні продукти, що дозволяє охопити різні сегменти ринку. Особлива увага приділяється якості продукції та її походженню, що відповідає зростаючій тенденції до свідомого споживання. Різноманітність асортименту, особливо в сегменті шоколаду, дозволяє задовольнити попит на різні види шоколаду, включаючи молочний, чорний, білий шоколад та шоколад з додатками.

Аналіз поведінки споживачів у сегменті шоколаду виявив кілька важливих тенденцій. Споживачі все більше віддають перевагу продуктам преміум-класу з високою якістю та натуральними інгредієнтами, що свідчить про зростаючий попит на якісні продукти та свідоме споживання. Висока лояльність до брендів, що підтримують соціальні ініціативи та етичне виробництво, також є важливим фактором, що впливає на вибір споживачів. Сезонні коливання попиту, зокрема під час свят, відкривають можливості для проведення спеціальних маркетингових кампаній та акцій.

Смакові переваги споживачів у сегменті шоколаду досить різноманітні, тому керівництву компанії важливо підтримувати широкий асортимент, який включає різні види шоколаду та продукти з додатками. Враховуючи ці висновки, ТОВ «Сільпо-Фуд» повинен адаптувати свої маркетингові стратегії для підвищення лояльності споживачів, збільшення обсягів продажів та задоволення різноманітних потреб ринку. Підтримка високих стандартів якості продукції, активна комунікація цінностей бренду та розвиток онлайн-каналів продажу є ключовими напрямками для подальшого успішного розвитку компанії.

Обґрунтовано напрямки реструктуризації (оптимізації) товарного асортименту ТОВ «Сільпо-Фуд». Було виявлено, що основними напрямками є: запровадження пільг та підтримки для українських виробників шоколаду, розвиток програм підтримки експорту українського шоколаду, введення суворих стандартів контролю якості та безпеки продукції, проведення

рекламних кампаній та акцій, спрямованих на підвищення свідомості споживачів про переваги споживання українського шоколаду, розвиток партнерських відносин між урядом, виробниками шоколаду та споживачами, стимулювання інновацій у виробництві шоколаду. Також, було оцінено проект заходів (управлінських рішень) щодо впровадження перспективного асортименту шоколаду ТОВ «Сільпо-Фуд», додавши до асортименту ТМ «Премія» та «Лавка традицій» 3 нових позиції - молочний шоколад «Премія» зі стевією, чорний шоколад «Лавка традицій» зі стевією та чорницею, а також кето-шоколад «Лавка Традицій» з протеїном та стевією. До маркетингових заходів ми віднесли розробку та виведення на ринок нового типу шоколаду та впровадження SMM-стратегії просування у соціальних мережах (в «Instagram» та «Tik-tok»).

Показник ROMI більше нуля та становить 18,18%, тобто запропонований маркетинговий комплекс для підприємства ТОВ «Сільпо-Фуд» є економічно доцільним.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Максютенко І.Є. Організація товарознавства. *Поняття асортименту товарів та його види*. URL : https://kvpubd.kiev.ua/wp-content/uploads/2022/04/tz_10-12_tu1_0604.pdf
2. Храбатин О.І., Яворська Л.В. Маркетинг: Навчальний посібник. За наук. ред. О. А. Тимчик. – Київ : Видавництво, 2014. 284 с.
3. Троян А.В. Особливості асортиментної політики підприємства в сучасних умовах господарювання. А.В. Троян. *Ефективна економіка*.2019. № 1. URL : <http://www.economy.nauka.com.ua>
4. Кардаш, В.Я. Маркетингова товарна політика : підручник. – К. : КНЕУ, 2010.– 240 с.
5. Дзюба Н.А. Товарознавство : конспект лекцій. *Номенклатура та асортимент товарів*. URL :<https://moodle.znu.edu.ua/mod/page/view.php>
6. Мельник Т.Ю. Товарознавство : підручник Т. Ю. Мельник. – Житомир : Державний університет «Житомирська політехніка», 2020. – 364 с.
7. Осадчук О.П. Наукові підходи до визначення поняття «якість». *Економіка підприємства та соціальний розвиток. Наукові праці НУХТ*, № 44 - 2022. С. 155-158.
8. Арістотель. Афінська політія. Хрестоматія із загальної історії держави і права. - М.: Юрист, 1996. С. 66-69.
9. Галухін А. В. Поняття державного інтересу у філософсько-світоглядній парадигмі вчення Джона Локка, 2000. № 3. с 102.
10. Джуран Дж. Якість та прибуток. Вид-во стандартів, 1970. 305 с.
11. Гетьман О.О. Економіка підприємства. URL :http://pidruchniki.ws/15840720/ekonomika/ekonomika_pidpriyemstva_-getman_oo
12. Шубіна Г. І., Гаєва Т. М. Системи управління витратами на підприємстві: методи та практика. *Науковий вісник Миколаївського національного університету імені В.О. Сухомлинського*. 2018. № 5. С. 25– 29.

13. Панасенко О. В. Управління витратами на підприємстві. *Економічний аналіз*. 2016. № 2. С. 75–80.
14. Якість вищої освіти: теорія і практика: навчально-методичний посібник / за наук. ред. А. Василюк, М. Дей; кол. авторів: А. Василюк, М. Дей, В. Базелюк (та ін.); НАПН України, Університет менеджменту освіти. – Київ; Ніжин: Видавець ПП Лисенко М. М., 2019. 176 с.
15. Герасимчук В.Г. Маркетинг: теорія і практика. - К.: Вища шк., 2014.- 327с.
16. Безродна С.М. Управління якістю : навч. посіб. С. М. Безродна., В.О. Лаготюк. – Чернівці, «Родовід» 2016. 124 с.
17. Скопенко Н.С., Євсєєва-Северина І.В. Теоретико-методологічні підходи до формування та оптимізації товарного асортименту підприємства. URL : <https://dspace.nuft.edu.ua/server/api/core/bitstreams/107d23b8-fa14-4872-a2e9-e0077942318d/content>
18. Кузьминчук Н.В. Формування асортиментної політики виробничого підприємства / Н.В. Кузьминчук, Т.М. Куценко, І.Ю. Тарасенко. *Вісник НТУ «ХПІ»*. 2014. № 66 (1108). С. 76–83.
19. Павленко А.Ф., Вовчак А.В. Актуальні проблеми розвитку маркетингу в Україні. *Маркетинг: теорія і практика: Матеріали другої міжнародної науково-практичної конференції*. – К. : КНЕУ, 1998.
20. Про товариство з обмеженою відповідальністю «Сільпо-Фуд». URL: <http://silpo-fud.emitents.net.ua/ua/>
21. ТОВ «Сільпо-Фуд» - Опендатабот. URL: <https://opendatabot.ua/c/40720198>
22. Звіт про управління за 2022 рік, підприємства ТОВ «Сільпо–Фуд». URL: <https://content.silpo.ua/uploads/2023/04/30/608bebf3bc36.pdf>
23. Мережа супермаркетів «Сільпо». URL: https://fozzy.ua/ua/retail_chains/silpo/
24. Структура управління організацією: суть, порівняння, фактори вибору. URL: <https://osvita.ua/vnz/reports/management/13330/>

25. «Формування бренд-стратегії підприємств роздрібної торгівлі на прикладі ТОВ «Сільпо-Фуд». URL: <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/46097e95-41fd-45f3-b703-6bc47d8c46e8/content>
26. Офіційний сайт ТОВ «Сільпо-Фуд». URL: <https://silpo.ua/>
27. Власні торгові марки. URL: <https://silpo.ua/about/own-brands>
28. Офіційний сайт «АТБ-маркет». URL: https://www.atbmarket.com/?gad_source=1&gclid=CjwKCAjw65-zBhBkEiwAjrRMMI3K-F1mkPfdsDAvru3oh36fx1tS4l4GXVwwOfI3haYvVJSr9M7xBoCI44QAvD_BwE
29. Офіційний сайт «Novus». URL: <https://novus.ua/>
30. Офіційний сайт «Varus». URL: https://varus.ua/?gad_source=1&gclid=CjwKCAjw65-zBhBkEiwAjrRMEUrtWrACgr3ppYkaojz1JNDGma9rACKNGyaFLwYMEyeJT yATEk4KxoCv4oQAvD_BwE
31. Структура асортименту ТОВ «Сільпо-Фуд». URL: <https://shop.silpo.ua/sets/asortyment>
32. Стратегічний аналіз для удосконалення маркетингової стратегії продуктового ритейлу. URL: file:///C:/Users/User/Downloads/A+15-16+2022_St3.pdf
33. Шоколад ТОВ «Сільпо-Фуд». URL: https://shop.silpo.ua/category/shokolad-505?utm_source=silpo&utm_medium=site_button&utm_campaign=categories
34. Шоколад ТМ «Премія». URL: <https://shop.silpo.ua/category/shokolad-505?filters=brand-is-1edcd4e2-854d-6ae8-90fc-6992bf09ffa9>
35. Шоколад ТМ «Лавка Традицій». URL: <https://shop.silpo.ua/category/shokolad-505?filters=brand-is-1edc4125-3689-6df4-9fb0-d5e18d22efad>
36. Звітність ТОВ «Сільпо-Фуд». URL: <https://silpo.ua/reports>

37. Популярні виробники шоколаду. URL:
<https://coffeeok.com.ua/ua/reviews/sladkoe/shokolad>
38. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посібник. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.
39. Старостіна А.О., Кравченко В.А., Пригара О.Ю., Ярош-Дмитренко Л.О. За загред. проф. Старостіної А.О. Маркетинг. Навчальний посібник. К.: «НВП «Інтерсервіс», 2018. 216 с.
40. Короткова Т.Л. Маркетинг інновацій. URL:
https://stud.com.ua/157321/marketing/marketing_innovatsiy
41. Замінник цукру – стевія. URL: <https://happyren-photos.s3.eu-north-1.amazonaws.com/189509/sakharozamenitel-green-leaf-steviya-sladkaya-300g-ukraina0>
42. Шоколад молочний «Millennium» зі стевією. URL:
<https://millennium-trade.com/shokolad-molochnij-millennium-z-stevyu>
43. Чорний шоколад «СТЕВІЯСАН» з чорницею. URL:
<https://steviasun.com.ua/product/ukrayinska-chornij-shokolad-steviyasan-z-chornitseyu-100-g-2/>
44. Шоколад чорний «Pure Delight» з протеїном. URL:
<https://glucose.com.ua/product/pure-delight-protein>