

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра Економіки підприємства та організації підприємницької діяльності
(найменування кафедри)

Допущено до захисту

Завідувач кафедри

Семенова В.Г.

(підпис)

“ ” _____ 2020 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня магістра

зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

(шифр та найменування спеціальності)

за магістерською програмою професійного спрямування

«Економіка та стратегія розвитку підприємства»

(назва магістерської програми)

на тему: «Стратегія підвищення прибутку підприємства
(на прикладі ТОВ «ФОРТ-БІР-ПЛЮС»)

(назва теми)

Виконавець:

студент факультету економіки та управління
підприємництвом

Жарик Олександр Сергійович

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

Науковий керівник:

К.Е.Н., доцент

(науковий ступінь, вчене звання)

Танасюк І.М.

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

ОДЕСА – 2020

ЗМІСТ

| | |
|--|-----------|
| ВСТУП..... | 3 |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА..... | 6 |
| 1.1. Поняття стратегії підприємства, різновиди стратегій та їх характеристика | 6 |
| 1.2. Особливості формування стратегії підвищення прибутку в сучасний період..... | 12 |
| 1.3. Організація розробки стратегії підвищення прибутку підприємства в сучасних умовах..... | 17 |
| РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОГО ТА ВНУТРІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ТОВ «ФОРТ-БІР-ПЛЮС»..... | 21 |
| 2.1. Економічна характеристика діяльності та аналіз внутрішнього середовища ТОВ ФОРТ-БІР-ПЛЮС | 21 |
| 2.2. Аналіз рівня та динаміки прибутку ТОВ «ФОРТ-БІР-ПЛЮС»..... | 35 |
| 2.3. Маркетинговий аналіз пивного ринку..... | 41 |
| 2.4. СВОТ- аналіз ТОВ «ФОРТ-БІР-ПЛЮС» та прогноз прибутку на майбутній період..... | 46 |
| РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЯ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКУ..... | 52 |
| ВИСНОВКИ..... | 73 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ..... | 75 |

ВСТУП

Основним завданням будь-якої організації є підвищення прибутку за рахунок адаптації до постійно змінюваних умов ринку, підвищення конкурентоспроможності послуг та скорочення негативного впливу ризиків і факторів невизначеності. З цією метою багато з них прагнуть знайти способи ведення своєї діяльності з мінімальними витратами та максимальною вигодою для свого бізнесу, що можна здійснити за допомогою розробки стратегії підвищення прибутку підприємства

Посилення конкурентної боротьби супроводжується появою великої кількості конкуруючих підприємств як на внутрішніх ринках, зростанням вимог ринку, що змушує підприємство увесь час розвивати свій стратегічний потенціал для отримання прибутку.

Відмітною рисою стратегічного управління є необхідність здійснення процесу управління в умовах невизначеності, зростаючої швидкості мінливості зовнішнього середовища та необхідності реакції на будь-які зміни. Невід'ємною характеристикою такого управління є наявність множини можливих рішень проблемних ситуацій, альтернатив розвитку подій і результатів рішень, що ставлять підприємства перед вибором наступного кроку, що можна зробити за допомогою розробки стратегії підвищення прибутку.

Об'єктом дослідження даної кваліфікаційної роботи є рівень та динаміка прибутку ТОВ «ФОРТ-БІР-ПЛЮС» за період з 2016 до 2019 рр. та фактори, які його визначають. Предметом дослідження є процес розробки стратегії підвищення прибутку ТОВ «ФОРТ-БІР-ПЛЮС» .

Теоретичну основу кваліфікаційної роботи становлять праці класиків економічної науки, дослідження сучасних вітчизняних та зарубіжних вчених-економістів, присвячені обґрунтуванню сутності прибутку, розгляду теоретико-методологічних і практичних аспектів формування прибутку та стратегії підприємства.

Метою роботи є розробка стратегії підвищення прибутку підприємства ТОВ «ФОРТ-БІР-ПЛЮС».

Для досягнення поставленої мети в роботі вирішуються такі завдання:

- дослідити економічну сутність прибутку та особливості його формування в сучасний період;
- дослідити роль прибутку у господарській діяльності підприємства;
- визначити основні фактори, що впливають на рівень прибутку підприємства з метою розробки його стратегії;
- здійснити маркетинговий аналіз пивного ринку та СВОТ –аналіз підприємства
- здійснити аналіз фінансово-економічний стану підприємства ТОВ «ФОРТ-БІР-ПЛЮС» за період з 2016р. до 2019 року;
- запропонувати стратегічні дії щодо підвищення рівня прибутку підприємства ТОВ «ФОРТ-БІР-ПЛЮС».

Методичний апарат кваліфікаційної роботи формують: діалектичний метод наукового пізнання, системний та комплексний підхід до вивчення теоретичних та практичних аспектів формування прибутку підприємств, у межах якого в роботі використовувались методи наукової абстракції при узагальненні підходів до визначення соціально-економічної сутності прибутку й систематизації його видів;

- статистичні прийоми групування, динамічних порівнянь – при узагальненні практичних аспектів формування прибутку, виявленні його динаміки і основних факторів змін;
- методи аналізу та синтезу – при дослідженні фінансового результату ТОВ «ФОРТ-БІР-ПЛЮС»;
- статистичний метод – при визначенні впливу факторів на рівень прибутку;
- метод економічного моделювання та прогнозування – при розрахунку прогнозу прибутку ТОВ «ФОРТ-БІР-ПЛЮС» на перспективу.

Інформаційну базу дослідження складають матеріали Державного комітету статистики України, офіційна документація підприємства, дані бухгалтерського обліку і звітність ТОВ «ФОРТ-БІР-ПЛЮС», нормативні документи, аналітичні та статистичні матеріали.

Всі розрахунки в дипломній роботі здійснені за допомогою комп'ютерної програми Microsoft Excel.

Наукова новизна дослідження: на основі дослідження внутрішнього середовища ТОВ «ФОРТ-БІР-ПЛЮС» та зовнішнього середовища компанії за 2016 – 2019 рр. була розроблена стратегія підвищення прибутку ТОВ «ФОРТ-БІР-ПЛЮС».

Практичне значення даного дослідження полягає в оцінці впливу факторів на рівень прибутку підприємства та розробка рекомендацій щодо стратегії підвищення прибутку ТОВ «ФОРТ-БІР-ПЛЮС».

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (68 найменування). Загальний обсяг кваліфікаційної роботи магістра становить 81 сторінка комп'ютерного тексту, містить 28 таблиць та 8 рисунків. Обсяг основної частини роботи 74 сторінки.

ВИСНОВКИ

Зростання складності зовнішнього господарського середовища зажадало від компаній високої гнучкості в управлінні, уміння постійно прораховувати безліч варіантів управлінських рішень в комплексі, з урахуванням всіх факторів. Сьогодні зросла роль стратегічного управління для вміння знаходити і оцінювати можливі нові, перспективні напрямки діяльності.

В сучасних умовах господарювання формування та ухвалення стратегічних управлінських рішень на підприємстві потребує ґрунтовного аналізу зовнішніх та внутрішніх факторів і представляє собою складний процес, що здійснюється в послідовності взаємопов'язаних етапів. Під час дослідження ролі прибутку у господарській діяльності підприємства можна прийти до висновку, що прибуток є основною метою діяльності підприємства, джерелом фінансування його розвитку, вдосконалення його матеріально-технічної бази та продукції, забезпечення всіх форм інвестування, об'єктом оподаткування та джерелом сплати податків. Отже, прибуток відіграє надзвичайно важливу роль у господарській діяльності будь-якого підприємства.

З метою аналізу та забезпечення ефективного управління формуванням прибутку розрізняють такі види прибутку: бухгалтерський, економічний, маржинальний, валовий, чистий, номінальний, реальний, нормальний, високий, низький, розподілений, прибуток від звичайної діяльності, прибуток від надзвичайних подій, прибуток від позареалізаційних операцій, прибуток від операційної діяльності, прибуток від інвестиційної діяльності, прибуток від фінансової діяльності.

Необхідні умови для успішної реалізації стратегічних управлінських рішень стосовно підвищення прибутку підприємства створюються ще в період їх підготовки та прийняття, за рахунок чого досягається ефективність дій. На підґрунті обраної стратегії управління прибутковістю підприємств здійснюється процес стратегічного планування, що складається з тактичних

цілей і пошуку ресурсів, необхідних для їх досягнення. Стратегічне управління прибутковістю підприємств - це процес формування ефективних обґрунтованих управлінських рішень, спрямованих на впровадження заходів, що приймаються з перспективою їх реалізації в майбутньому.

Розробка стратегії підвищення прибутку особливо важлива для ТОВ «ФОРТ-БІР-ПЛЮС» в зв'язку, з тим, що підприємство працює на ринку з високим рівнем конкуренції та невеликими вхідними бар'єрами. Окрім того, аналіз фінансово – господарчої діяльності ТОВ «ФОРТ –БІР-ПЛЮС» показав, що не зважаючи на постійне зростання обсягів реалізації, які у 2019 році зросли на 153,6 процентів відносно 2016 року, темп зростання цього показника знижується, і у 2019 році обсяг реалізації збільшився лише на 21,6 процента відносно 2018 року.

Останнім часом зростають витрати на реалізацію продукції і як , наслідок цих процесів, витрати на 1 грн. реалізованої продукції збільшилися у 2019 році на 5,4 процента відносно 2018 року. До позитивних характеристик діяльності підприємства можна віднести те, що не зважаючи на погіршення ситуації на ринку підприємство, як і раніше, отримує чистий прибуток, який у 2019 році збільшився на 10,2 процента відносно 2018 року.

Враховуючи рівень нестабільності зовнішнього середовища, зростання конкуренції на ринку та зниження попиту на продукцію, внаслідок економічної ситуації в країні, в кваліфікаційної роботі було запропоновано стратегію підвищення прибутку здійснення якої передбачає створення виробництва крафтового пива «Бірза», створення станції ремонтно-технічного обслуговування автопарку підприємства та активізацію продаж на існуючому ринку. Впровадження запропонованих заходів дозволить збільшити прибуток на 1614,3 тис. грн.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Агеева, І. М., Мілева, М. Д. (2010). Дослідження процесів стратегічного планування на харчових підприємствах. Економіка харчової промисловості. 2010, № 1, 20-23. Режим доступу:
http://nbuv.gov.ua/UJRN/ 2010_1_5
2. Адизес І. Управление жизненным циклом корпорации / И.Адизес; пер. с англ. под науч. ред. А.Г.Сеферяна. –СПб. : Питер, 2007. 384 с.
3. Азоев Г. Л. конкурентные преимущества фирмы / гос. ун-т управления, нац. фонд подготовки кадров / Г. Л. Азоев, А. П. Челенков. М.: ОАО «Тип «Новости», 2000.– 256 с.
4. Ансофф И. Стратегическое управление/ Ансофф И.; [сокр. пер. с англ., науч. ред. и авт. предисл. Л. И. Евенко]. –М. : Экономика, 1989. 519 с.
5. Балабанова Л.В. Стратегічне управління персоналом підприємства: навч. посіб./ Л.В.Балабанова, О.В.С тельмашенко .К. : Знання, 2011.236 с.
6. Басовский Л.Е. Прогнозирование и планирование в условиях рынка: учебник. / Л.Е.Басовский .М. : ИНФРА-М, 2004. 260 с.
7. Березін О.В., Безпарточний М.Г. Стратегія підприємства: навчальний посіб. /О.В.Березін, М.Г.Безпарточний.К. : Лібра-К, 2010.298 с.
8. Богацька Н.М. Прибуток підприємства: його роль, формування та резерви збільшення в умовах ринкової економіки. Ефективна економіка, 2019 , №9. http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/9_2019/32.pdf
9. Виханский О. С. Стратегическое управление / О. С. Ви-ханский. – М. : Экономист, 2004. 296
10. Господарський кодекс України від 16.01.2003 № 436 – IV. URL:
<http://zakon0.rada.gov.ua/laws/436-15>
11. Гуляєва Н. М., Камінський С. І. Політика управління товарними запасами у торгівлі. Економіка України. 2016. No 4. С. 19 – 29.

12. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
13. Дикань В.Л. Стратегічне управління : [навч. посіб.] / В.Л. Дикань, В.О. Зубенко, О.В. Маковоз [та ін.]. Київ : ЦУЛ, 2013. 272 с.
14. Довбня С. Б. Стратегія підприємства : навч. посіб. Ч. 1 / С. Б. Довбня, А. О. Найдовська, М. М. Хитько. – Дніпропетровськ : НМетаАУ, 2011. 71 с.
Друкер П. Задачи менеджера в XXI веке : учеб. пособие / П. Друкер. – М. : Вильямс, 2000. 181 с.
15. Друкер П. Задачи менеджера в XXI веке : учеб. пособие / П. Друкер. – М. : Вильямс, 2000. – 181 с.
16. Економічний словник-довідник / [заред.. С.В. Мочерного]. – К.: Феміна, 1995. – 549с.
17. Економіка підприємства: Підручник / М.Г. Грешак, В.М. Колот, А.П. Наливайко та ін.; За заг. ред. С.Ф. Покропивного. – Вид. 2-ге, перероб. та доп. – К.: КНЕУ, 2007. – 528 с., іл
18. Каплан Р. Сбалансированная система показателей: от стратегии к действию / Р. Каплан, Д. Нортон; [пер. с англ.]. – [2-е изд. испр. и доп.]. – М.: Олимп-Бизнес, 2003. 320с.
19. Коваль Л. І., Герасименко О.О. Розробка та реалізація стратегії торговельного підприємства: організаційний аспект Вісник Львівської комерційної академії № 18. С.57-62.
20. Колодійчук А. В. Розвиток понятійно-термінологічної підсистеми «стратегічне управління промисловістю» / а. в. ко- лодійчук // науковий вісник НЛТУ України : зб. наук.-техніч. праць. 2012. Вип. 22.2. С. 260 – 270.
21. Кравченко М.С. Аналіз сучасного стану розвитку торговельної галузі України. Вісник приазовського технічного університету. Серія: Економічні науки. 2016. № 31. с. 139-145.

22. Кульчицька, А. Є., Царьова, Т. О. (2018). Специфіка та тенденції розвитку ринку крафтової продукції в Україні. Актуальні проблеми економіки та управління, 12, 3-14. Режим доступу:
http://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/24658/1/2018-12_3-14.pdf
23. Лапыгин Ю.Н. Бизнес-план: стратегии и тактика развития компании: практ. пособие/ Ю.Н.Лапыгин, Д.Ю.Лапыгин. 2-е изд., испр. М. : Издательство «Омега-Л», 2009. 350 с.
24. Левик І. С. Інструментарій стратегічного аналізу: класифікація, переваги та недоліки використання / І. С. Левик // Наука й економіка. – 2010. – № 2(18). С. 132-138.
25. Ляшко К. Дослідження українського ринку пива: тенденції та прогноз. Колоро. 2016. Режим доступу:
<https://koloro.ua/ua/blog/issledovaniya/issledovanie-ukrainskogo-rynka-piva.html>
26. Мазаракі А. А. Торговельне підприємство: стратегія, політика, конкурентоспроможність : монографія / А. А. Мазаракі, Д. М. Тнеслінський, І. В. Смолін. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. 384 с.
27. Максимова М. В., Чередниченко Д. С. Теоретичні підходи до формування системи показників оцінки прибутку підприємства. Ефективна економіка. 2019. № 8. <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7229>
28. Мельник Ю. М. Проблеми застосування збалансованої системи показників на вітчизняних підприємствах / Ю. М. Мельник, О. С. Савченко // Маркетинг і менеджмент інновацій. 2011. №1. С. 192-203.
29. Минцберг Г., Куинн Дж. Б., Гошал С. Стратегический процесс. Санкт-Петербург: Питер, 2001. 688 с.
30. Минцберг Г. Пять «П» стратегии / г. минцберг, д. Б. ку-инн, С. гошал // The strategy process. 1998. С. 13 – 21
31. Мізюк Б. М. Стратегічне управління підприємством: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Б. М. Мізюк. – Львів: Коопосвіта, 2006. 388 с.

32. Міністерство фінансів України [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://minfin.com.ua/>
33. Наливайко А.П. Теорія стратегії підприємства. Сучасний стан та напрямки розвитку: [монографія]/ А.П. Наливайко. К.: КНЕУ, 2001. 264 с.
34. Немцов В.Д. Стратегічний менеджмент: навч. посіб. / В.Д. Немцов, Л.Є. Довгань. –К.: Тов.. УВПК „Екс об”, 2002. 559с.
35. Насібова О. В., Бовкун Я. О. Прибуток підприємства як об’єкт управління. Ефективна економіка. 2018. № 11. – URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6674> (дата звернення: 06.12.2020).
36. Некращук О. Нуль градусів. В Україні зростає споживання безалкогольного пива. Інтерв’ю із А. Чорним. Бізнес. (9 жовтня 2019). Режим доступу: <https://nv.ua/ukr/biz/economics/bez-alkogolyu-chomu-zrostayepopit-na-bezalkogolne-pivo-novini-ukrajini-50046802.html>
37. Немцов В. Д. Стратегічний менеджмент: навч. посіб. / В. Д. Немцов, Л. Є. Довгань. –К.: ТОВ “УВПК ЕксОб”, 2009. 560 с.
38. Осипов В. И. Методы факторного анализа и планирования в промышленности : учеб. пособ. / Осипов В. И. – К. : УМК ВО при Минвузе УССР, 1989. 212 с.
39. Осовська Г. В. Стратегічний менеджмент : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Г. В.Осовська, О. Л.Фіщук, І. В.Жалінська. –К. : Кондор, 2003. 196 с.
40. Обсяг виробництва за 12 місяців 2018 року (11 січня, 2019). Українська галузева компанія по виробництву пива, безалкогольних напоїв та мінеральних вод ПрАТ “Укрпиво”. Режим доступу: <http://ukrpivo.com/obsyag-virobnitstva-za-12-misyatsiv-2018-roku/>
41. Петухова О.М. Тенденції розвитку світового та українського пивного ринку [Електронний ресурс] / О.М. Петухова, Д. Е. Аманов // Ефективна економіка. 2015. № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3716>

- 42.Пивное дело. Международный аналитический журнал. Beer market of Ukraine: big three losing weight / Рынок пива Украины: большая тройка стала меньше. URL: <http://www.pivnoe-delo.info/2017/02/03/rynok-piva-ukrainy-bolshaya-trojka-stala-mens>
- 43.Портер М. Конкуренция.: Пер. с англ.: Уч. пос. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2000. 495с.
- 44.Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов. / Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. 234 с.
- 45.Портер М. Стратегія конкуренції.: Пер. з англ. К.: Основи,1997.
- 46.Прохорова В. В., Проценко В. М., Чобіток В. І.Формування конкурентної стратегії підприємств на засадах інноваційно-спрямованого інвестування : монографія. Хар-ків : Українська інженерно-педагогічна академія, 2015. 291 с.
47. Прохорова В. В., Чобіток В. І. Управління потенціалом конкурентоспроможності підприємств на засадах контролінгу : монографія. Харків : Українська інженерно-педагогічна академія, 2012. 278 с.
48. Томпсон мл. А. А., Стрикленд А. Дж. Стратегический менеджмент. Концепции и ситуации для анализа / пер. с англ. М. : Вильямс, 2006. 928 с
- 49.РайковськаІ. Т. Критичний огляд сучасних методик стратегічного аналізу / І. Т. Райковська // Вісник Житомирського державного технологічного університету. Економічні науки. –Житомир: ЖДТУ, 2012. –Ч.1. – No1(59). С.172-178.
- 50.Редченко К. И. Показательное несогласие: BalancedScorecardи TableauDeBord[Электронный ресурс]. –Режим доступа : <http://www.manage-ment.com.ua>.
- 51.РедченкоК. І. Стратегічне вимірювання [Електронний ресурс]. –Режим доступу : <http://www.cfin.ru/management/controlling>.

52. Рзаєв Г.І. Показники рентабельності як аналітичні ознаки прояву ризику за умов невизначеності / Г.І. Рзаєв, Д.О. Драгочинська // Вісник Хмельницького національного університету. – 2017. - № 5. С. 73 – 77.
53. Руда Р.В. Аналіз ефективної діяльності підприємства: необхідність та методика / Р.В. Руда // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2012. - №4(20). С. 109-111
54. Ромашенко О. С. Сучасні технології управління товарними запасами торговельного підприємства. Економіка. Менеджмент. Бізнес. 2017. № 3. С. 86–94.
55. Саєнко М.Г. Стратегія підприємства : [навч. посіб.] / М.Г. Саєнко. – Тернопіль : ТАЙП, 2010. 223 с.
56. Семенова В. Г. Економіка та організація інноваційно-інвестиційного розвитку підприємства: навчальний посібник / В. Г. Семенова // Навчальний посібник. Обухів: Друкарня ФОП Гуляєва. 2017. 185 с.
57. Стратегічний аналіз у бізнесі : навч. посіб. / К. І. Редченко. [2-е вид., доп.]. – Львів : Новий світ-2000, 2003. 272 с.
58. Теорія і практика торговельного підприємництва в Україні: [Кол. монографія] / за ред. Н.С. Танклевської. - Херсон: РВВ, 2018. 206 с.
59. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства : монографія / За заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Ю. Б. Іванова, д-ра екон. наук, проф. О. М. Тищенко. Харків : ВД «ІнЖЕк», 2006. 384 с.
60. Тульчинська О. І. Скоробогатий, Основні чинники впливу на прибутковість підприємства. Ефективна економіка . Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2018/8.pdf
61. Хоменко О. Види стратегій та інструментарій формування стратегії розвитку підприємства. Управління розвитком. 2015, № 3(181). С. 131-137
62. Шегда А.В. Менеджмент: навч. посіб./ А.В. Шегда. –К. : Знання, 2002. 583 с.

- 63.Швіндіна Г.О. , Стрига В.Д., Лапін Є.В. Проблеми розроблення стратегії розвитку для операторів крафтової продукції (на прикладі пивоварної галузі України). Вісник СумДУ. Серія «Економіка», № 3, 2019. С. 124-127.
- 64.Янковий О. Г. Дослідження чутливості прибутку підприємства за допомогою граничного аналізу / О. Г. Янковий, Г. В. Кошельок, В. В. Куперман // Південноукраїнський правничий часопис. 2009. № 1. С. 253–255.
- 65.Янковий О.Г. Управління беззбитковістю на рівні підприємства за допомогою CVP-аналізу // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право : Науковий журнал. – 2015. – № 1 (72). С. 17-30.
- 66.Ярошевич Н. Б. Фінанси підприємств. Навч. посіб. / Н. Б. Ярошевич. – К., 2012. – 341 с.
67. Carlsberg Ukraine сайт. Режим доступу :
<https://carlsbergukraine.com/kompan-ya/stor-ya/carlsberg-ukraine/>
68. ФОРТ-БІР-ПЛЮС, ТОВ . Режим доступу : <https://www.ua-region.com.ua/38111769>