

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

Кафедра маркетингу
(найменування кафедри)

Допущено до захисту
Завідувач кафедри
д.е.н., проф. Литовченко І.Л.

_____ (підпис)
“ ___ ” _____ 2017 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня магістра
зі спеціальності 075 «Маркетинг»
(шифр та найменування спеціальності)
за магістерською програмою професійного спрямування
«Маркетинговий менеджмент»
(назва магістерської програми)

на тему: **«Маркетинг взаємовідносин в корпоративній культурі
підприємств»**
(назва теми)

Виконавець:
студент ЦЗФН факультету
Тихоніна Світлана Анатоліївна
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Науковий керівник:
к.е.н., доцент
(науковий ступінь, вчене звання)
Обнявко Олександр Валентинович
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГУ	
ВЗАЄМОВІДНОСИН В КОРПОРАТИВНІЙ КУЛЬТУРІ ПІДПРИЄМСТВ	
1.1. Маркетинг відносин як сучасна концепція маркетингу.....	6
1.2. Корпоративна культура як елемент управління підприємством і її формування.....	10
1.3. Корпоративна культура як маркетинговий ресурс підприємства	25
Висновки до розділу 1.....	35
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТАНУ КОРПОРАТИВНІЙ КУЛЬТУРИ ПрАТ «ВО «СТАЛЬКАНАТ-СІЛУР»	
2.1. Загальна характеристика ПрАТ «ВО «Стальканат-Сілур».....	37
2.2. Організаційно – економічна характеристика діяльності ПрАТ «ВО «Стальканат-Сілур».....	44
2.3. Діагностика стану корпоративної культури відділу збуту ПрАТ «ВО «Стальканат-Сілур».....	56
Висновки до розділу 2.....	70
РОЗДІЛ 3. ВДОСКОНАЛЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ПрАТ «ВО «СТАЛЬКАНАТ-СІЛУР» ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ВЗАЄМОВІДНОСИНИ З КЛЮЧОВИМИ КЛІЄНТАМИ КОМПАНІЇ	
3.1. Рекомендації щодо формування корпоративної культури ПрАТ «ВО «Стальканат-Сілур».....	72
3.2. Оцінка ефективності запропонованих заходів та їх вплив на відносини з ключовими клієнтами	78
Висновки до розділу 3.....	86
ВИСНОВКИ	89
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	91
ДОДАТКИ	97

ВСТУП

Актуальність теми. Динамізм, що росте, і мінливість ділового середовища створюють для організацій необхідність постійних комунікацій з партнерами, споживачами, співробітниками. Зростання кваліфікованої інформованості працівників і громадськості в цілому вимагає від менеджменту використання складніших і тонших методів управління. Щоб управляти подіями, вже недостатньо управляти поведінкою людей. Сьогодні необхідно управляти тим, що люди думають і відчують, формувати громадську думку і настрої. Дана тема обрана не випадково, тому що у сучасному суспільстві, а саме в роботі з персоналом, виникає потреба в створенні єдиної системи цінностей, норм і правил, тобто корпоративної культури, що дозволяє досягти ефективної роботи, зосередитися на досягненні цілей компанії, і самореалізовуватися самим співробітникам. З плином часу, з розвитком маркетингових відносин, вплив на підсвідомість людей, на їх настрої та мислення при побудові відносин з клієнтами або співробітниками, за допомогою корпоративної культури, є актуальним у сучасності.

Останнім часом питання корпоративної культури, особливо у великих організаціях, дедалі більше привертає увагу теоретиків та практиків управління. Дослідження в сфері зародження та розвитку корпоративної культури розпочалися ще у XIX ст. таким видатним іноземним вченим, як Е. Мейо, а згодом продовжились: Е. Брауном, П. Б. Вейллом, К. Голдом, С. Девісом, Е. Джакусом, Г. Добсоном, Д. Дреннаном, Д. Елдріджем, А. Кромбі, Н. Леметром, М. Месконом, Г. Морганом та В. Сате.

Варто, також, відзначити і вітчизняних вчених, які досліджували дану проблематику. Зокрема, це: Б. М. Андрушків, М. В. Афанасьєв, Є. К. Бабець, Е. В. Бойко, О. М. Виходець, Ю. В. Гончаров, М. С. Дороніна, Т. О. Дяченко, Д. В. Задихайло, С. В. Ковалевский, М. А. Коваленко, В. І. Куценко, О. Б. Литвиненко, В. Л. Мокряк, Г. О. Несторенко, Л. Е. Орбан-Лембрик, Ю. І.

Палеха, Ю. М. Петрушенко, О. В. Рудинська, В. С. Савельєва, А. К. Семенов, Н. Л. Тимошенко, Г. Л. Хаєт, Р. С. Чорний, Л. І. Швидка та ін.

Проте, незважаючи на численні теоретичні розробки щодо корпоративної культури, питання про її формування на вітчизняних підприємствах ще недостатньо висвітлені. Спираючись на сучасні результати досліджень актуальним залишається подальше розроблення теоретичних, методичних та практичних аспектів формування корпоративної культури.

Мета роботи. Мета даної роботи полягає у теоретичному визначенні та практичному аналізі корпоративної культури на промисловому підприємстві на прикладі ПрАТ «ВО «Стальканат-Сілур» та її вплив на взаємовідносини з клієнтами компанії. Для здійснення поставленої мети, необхідно вирішити ряд завдань:

- проаналізувати поняття маркетингу відносин як сучасної концепції маркетингу;
- розглянути основні трактування маркетингу відносин, таких вчених як, Ф. Котлер, П. Темпорау, М. Тротт , Дж. Ново, С. Куш, і дати своє визначення поняття маркетингу взаємовідносин;
- розглянути історію виникнення корпоративної культури, визначити механізми, що впливають на її формування;
- визначити фактори і принципи побудови корпоративної культури;
- проаналізувати типи культури, такі як: «бейсбольна команда», «клубна культура», «академічна культура», «оборонна культура» («фортеця»), і їх вплив на організацію та відображення на кар'єрі працівників.
- розробити та запропонувати методи підвищення рівня знань та кваліфікації персоналу підприємства, за допомогою професійної підготовки, як фактору гармонізації взаємовідносин з суб'єктами промислового ринку.

Об'єкт дослідження. Об'єктом дослідження в даній роботі виступає організація побудови корпоративної культури, відносини між співробітниками відділу збуту на підприємстві ПрАТ «ВО «Стальканат-Сілур».

Предмет дослідження. Предметом дослідження в даній роботі є проблеми побудови корпоративної культури в відділі збуту на підприємстві, її аналіз та запропонування рекомендацій щодо вдосконалення побудованої структури. Визначення економічної ефективності запропонованих моделей, і їх вплив на відносини як в міжособистісних відносинах, так і у відносинах з клієнтами підприємства.

Методи дослідження. В роботі використані аналітичні, графічні, матричні та розрахункові методи дослідження, методи порівняння і прогнозування. Робота здійснена при використанні програми офісного пакету MS Office - Microsoft Excel.

Теоретичною та інформаційною основою дослідження дипломної роботи є праці вітчизняних та зарубіжних вчених та спеціалістів з корпоративної культури, маркетингу відносин, наукові публікації та монографічні видання українських і зарубіжних учених, методичні розробки в області корпоративної культури, звітність досліджуваного підприємства, Інтернет – сайт підприємства.

Публікації та апробація результатів дослідження. Опублікована стаття в збірнику конференції «Економічний потенціал сталого розвитку країни: сучасний стан, тенденції та проблеми відтворення» на тему: «Особливості маркетингу взаємовідносин промислових підприємств».

Структура роботи. Дипломна робота складається з вступу, трьох розділів, висновку, списку використаних джерел та додатків.

ВИСНОВКИ

В результаті проведеного дослідження, були зроблені наступні висновки:

Управління корпоративною культурою робить значний вплив на ефективність всієї діяльності підприємства, тому що культура присутня у всіх діях людини. Культура передбачає систему відносин, дій і артефактів, яка витримує випробування часом і формує у членів колективу певну унікальну загальну для них психологію.

Корпоративна культура включає систему цінностей, переконань, вірувань, уявлень, очікувань, символів, а також ділових принципів, норм поведінки, традицій, ритуалів і т.п., які склалися в організації або її підрозділах за час роботи і які поділяються більшістю співробітників.

Основне завдання корпоративної культури полягає в допомозі людям більш продуктивно здійснювати свої обов'язки в організаціях і отримувати при цьому максимальне задоволення.

Для її реалізації потрібно, крім усього іншого, сформувати ціннісні установки особистості, організації, відносин і т.д. Йдеться про норми, правила, або стандарти організаційного поведінці. Будь-яка поведінка має оцінюватися по найбільш суспільно прогресивним методикам. Це досить велика область докладання зусиль для менеджерів всіх рівнів управління.

Корпоративна культура стимулює працівників створювати позитивний імідж корпорації, спрямовує щоденну діяльність на досягнення не тільки матеріальних, а й духовних цілей, які необхідні для функціонування в зовнішньому оточенні.

Для досягнення зовнішніх цілей необхідно, щоб працівники організації були ознайомлені і позитивно сприймали:

- місію, стратегію і головні завдання корпорації;
- методи і засоби досягнення стратегічних цілей;
- системи ієрархії і стимулювання;
- критерії оцінки вкладу кожного індивіда і групи;

- структуру інформаційної системи;
- засоби контролю і координації спільних дій.

Створення корпоративної культури важливо не тільки для підтримки командного духу - від неї багато в чому залежить майбутнє компанії та її успіх. Відносини між культурою і результатами роботи організації залежать значною мірою від змісту цінностей. Тому важливо, щоб цінності компанії і людини збігалися.

Провівши дослідження корпоративної культури ПрАТ "ВО "Стальканат-Сілур" було виявлено що, не дивлячись на стабільну ситуацію, в формуванні корпоративної культури є свої недоліки:

- відсутність чітко розробленого кодексу корпоративної етики;
- недоліки, викликані формою корпоративної культури.

Для усунення цих недоліків, було запропоновано:

- розробити кодекс корпоративної етики;
- налагодити соціально-психологічний стан в середині колективу;
- ввести нове програмне забезпечення;
- ввести посаду фахівця з корпоративної культури.

Разом з запропонованими заходами був проведений розрахунок на виявлення економічного ефекту. Результати дослідження показали, що впровадження даних заходів призведе до приросту виручки на 2467 тис. грн. Витрати при цьому складуть 1380 тис. грн. Економічний ефект впровадження заходу становить 1087 тис. грн., а ефективність - 78,77%. При цьому витрати на впровадження заходу окупляться через 1,27 роки.

При вмілому використанні корпоративної культури можна домогтися успіху, процвітання і стабільності, а якщо невміло використовувати, то можна домогтися протилежних результатів. Значить, корпоративну культуру необхідно вивчати, стежити за її формуванням, удосконалювати і регулювати її зміни.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Международный стандарт ИСО 9001. Системы менеджмента качества. Требования. 5-е изд. 2015-09-15. ISO 2015.
2. Ілляшенко С.М., Розробка наукових основ маркетингу інновацій : звіт про НДР (проміжний) / Керівн. С.М. Ілляшенко. - Суми: СумДУ, 2009. - 300 с.
3. Бутенко Н. В., Маркетинг: Підручник / Н.В. Бутенко. - К. : Атіка, 2006. [Електронний ресурс]. Режим доступу:
http://pidruchniki.com/1256060740067/marketing/kontsepsiya_marketingu_vzayem_ovidnosin
4. Ойнер О. К., Управління результативністю маркетингу: підручник для магістрів / О. К. Ойнер. - М.: Видавництво Юрайт, 2015. - 343 с. - Серія: Магістр.
5. Мартишев А. В. Маркетинг відносин: Навчальний посібник. А. В. Мартишев - Владивосток: ДГУ, 2005. [Електронний ресурс]. Режим доступу:
<http://rua.pp.ua/marketing-otnosheniy.html>
6. Балабанова Л. В., Холод В. В., Балабанова І. В. Маркетинг підприємства. Навч. посіб. Балабанова Л. В., Холод В. В., Балабанова І. В. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 612 с.
7. Темпорао Пол. Роман з покупцем. Управління взаємовідносинами з покупцями як спосіб максимального збільшення вартості торгової марки / Пол Темпорао, П. Темпорао, М. Тротт; пер. з англ. - СПб .: Пітер, 2002. - 215 с
8. Шейн Е. Х. Організаційна культура і лідерство / Пер. з англ. під ред. В. А. Співака. - СПб: Пітер, 2002. - 336 с. [Електронний ресурс]. Режим доступу:
<https://lektsii.org/13-2749.html>
9. Гаркавенко С.С. Маркетинг. Підручник. Гаркавенко С.С. - Київ: Лібра, 2002. - 712 с.
10. Петруня Ю. Є. Маркетинг: Навч. посібник. — К.: Знання, 2007. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://westudents.com.ua/glavy/36776-73-sistema-vzamovdnosin-u-kanal-zbutu-produkts.html>

11. Пітерс Т. Уотермен-мл. Р. У пошуках досконалості. - М .: Видавничий дім «Вільямс», 2005 [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://f.ua/statik/files/products/515946/v-poiskah-sovershenstva-uroki-samiyh-uspeshniyh-kompaniy-ameriki-9785961416299_349.pdf
12. Рульєв В. А., Гуткевич С. О. Менеджмент: Навчальний посібник / Віталій Рульєв, Світлана Гуткевич - К.: Центр учбової літератури, 2011 [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://books.google.com.ua/books>
13. Захарчин Г. М. Корпоративна культура / За ред. Г. М. Захарчин, 2011 [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://nebotan.info/corporative/types>
14. Ігнат'єва, Ірина Анатоліївна Гарафонова, Ольга Іванівна Корпоративне управління: підручник. /Київ. нац. ун-т технологій та дизайну.- К.: Центр учбової літератури, 2013. - 600 с.
15. Галкіна Т.П. Соціологія управління: від групи до команди. - М .: Фінанси і статистика, 2008 - 223 с.
16. Співак В.А. Корпоративна культура: теорія і практика. - С-Пб .: Питер, 2001 [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.twirpx.com/file/602927/>
17. Капитонов Э.А., Зинченко Г.П., Капитонов А.Э. Корпоративная культура: Теория и практика. М.: Альфа-Пресс, 2010. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.twirpx.com/file/396620/>
18. Савченко В.А. Управління розвитком персоналу/ Навч. посібник. - К.: КНЕУ, 2002. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.twirpx.com/file/264626/>
19. Зубрицька Я.О., Малько О.К. Аналіз стану корпоративної культури серед студентів вищого навчального закладу. Зубрицька Я.О., Малько О.К. - «Молодий вчений», № 12 (27) Частина 2, грудень, 2015 р.
20. Мороз, О. С. Управління людськими ресурсами [Текст] : навч. посібник для вnz / О. С. Мороз ; ЗДІА. - Запоріжжя : ЗДІА, 2015. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://pidruchniki.com/upravlinnya_lyudskimi_resursami

21. Лапіна Т.А. Корпоративна культура: Навчально-методичний посібник. - Омськ: Изд-во ОмГУ 2009. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.aup.ru/books/m528/>

22. Розвиток корпоративної культури промислових підприємств в ринкових умовах // Молодіжний науковий форум: Громадські та економічні науки: електро. зб. ст. за матеріалами XXXII студ. міжнар. заочної наук.-практ. конф. - М .: «МЦНО». - 2016 -№ 3 (32) / [Електронний ресурс]. Режим доступу: [https://nauchforum.ru/archive/MNF_social/3\(32\).pdf](https://nauchforum.ru/archive/MNF_social/3(32).pdf)

23. Види корпоративних культур за Дж. Зонненфельдом. Матеріал з Вікіпедії - [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki>

24. Види корпоративних культур у менеджменті країн СНД. Матеріал з Вікіпедії - [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki>

25. Чайка Г.Л. Культура ділового спілкування менеджера. Чайка Г.Л. К.: Знання, 2005. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.info-library.com.ua/books-book-145.html>

26. Розвиток корпоративної культури промислових підприємств в ринкових умовах // Молодіжний науковий форум: Громадські та економічні науки: електро. зб. ст. за матеріалами XXXII студ. міжнар. заочної наук.-практ. конф. - М .: «МЦНО». - 2016 -№ 3 (32) / [Електронний ресурс] - Режим доступу: [https://nauchforum.ru/archive/MNF_social/3\(32\).pdf](https://nauchforum.ru/archive/MNF_social/3(32).pdf)

27. Маркетинговий менеджмент: Навчальний посібник — К.: МАУП, 2003. — с. 184.

28. Особливості продажу на ринку B2B. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://dengodel.com/management/258-osobennosti-prodazh-v-sfere-b2b>

29. Скібіцька Л.І. Організація праці менеджера. Навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 360 с.

30. Дейнека, А. В. Сучасні тенденції в управлінні персоналом / А. В. Дейнека, Б. М. Жуков. - М .: Академія природознавства, 2009. [Електронний ресурс] - Режим доступу: http://stud.com.ua/upravlinnya_lyudskimi_resursami

31. Гріцунова С.В., Лотарева К.М., Кузьменко О.Е., Мелентьєва Н.А. Управління та розвиток персоналу. Сучасні методи розвитку персоналу. Ростов-на-Дону, РИНХ - листопад, 2015. [Електронний ресурс] - Режим доступу:<http://izron.ru/articles/o-nekotorykh-voprosakh-i-problemax-ekonomiki-i-menedzhmenta-sbornik-nauchnykh-trudov-po-itogam-mezh/sektsiya-19-upravlenie-i-razvitiye-personala/sovremennye-metody-razvitiya-personala/>

32. Бізнес – школа онлайн навчання. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://kogio.ru/blog/staff-training-2017/>

33. Організація системи збуту продукції на промислових підприємствах з урахуванням галузевих особливостей ринку. М. Ф. Гончаренко, Економічний вісник Донбасу № 2 (24), 2011

34. Яренко А.В. Обґрунтування і моделювання системи контролінг-збуту при розподілі промислових товарів. Вісник КНУТД. 2014, №2 [Електронний ресурс] - Режим доступу:

https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/950/1/V76_P140-149.pdf

35. Шморгун Л. Г. Менеджмент організацій : навч. посіб. / Л. Г. Шморгун. – К. : Знання, 2010. [Електронний ресурс] - Режим доступу: http://znannia.com.ua/product/menedzhment_organizacii

36. Офіційний сайт ПрАТ "ВО "Стальканат-Сілур" Режим доступу: <http://stalkanatsilur.com.ua/>

37. Ю. А. Єрмолов. Корпоративна культура підприємства як ресурс і інструмент управління мотивацією персоналу. Соціально-економічні явища і процеси № 8 (054), 2013 [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://cyberleninka.ru/article/n/korporativnaya-kultura-predpriyatiya-kak-resurs-i-instrument-upravleniya-motivatsiey-personala>

38. Ємельянов Е.Н., Поварніцина С.Є. Психологія бізнесу. - М. : Армада, 2003.

39. Веснін В.Р. Корпоративне управління. Веснін В.Р. / М. : МГИУ, 2008, 153с. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www.twirpx.com/file/576586/>

40. Мільнер Б. Концепція організаційних змін в сучасних компаніях // Проблеми теорії і практики управління. 2006. №1, 2. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://elibrary.ru/item.asp?id=12896464>

41. Щира лояльність, Ключ до завоювання клієнтів на все життя, Райхельд Ф., Марки Р. Манн, Іванов і Фербер, - М. 2013р. [Електронний ресурс] - Режим доступу:<http://lifeinbooks.net/chto-pochitat/iskrennyaya-loyalnost-klyuch-k-zavoevaniyu-klientov-na-vsyu-zhizn-fred-rayheld-rob-marki/>

42. Менеджмент, Макаров В.М., Попова Г.В.- СПб .: Питер, 2011 [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www.alleng.ru/d/manag/man368.htm>

43. Психологія управління персоналом: теорія і практика, Євтихій О.В., - СПб.: Речь 2010 [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www.alleng.ru/d/psy/psy143.htm>

44. Управління персоналом, Потьомкін В.К .: Підручник для вузів.- СПб .: Изд-во СПбГУЕФ 2009. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://finances.social/personalom-upravlenie/upravlenie-personalom-uchebnik-dlya-vuzov-spb.html>

45. Успішна організація вашого часу, Коддлер І.- М .: Олма-Пр. Інвест, 2010.- 122 с. [Електронний ресурс] - Режим доступу: http://vuzer.info/load/bizness_knigi/koddler_i_ushpeshnaja_organizacija_vashego_vremeni/10-1-0-50349

46. Керівництво по CRM., Шлях до вдосконалення менеджменту клієнтів. Пейн Е. - Мінськ: Гревцов Паблішер, 2007. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www.management.com.ua/books/view-books.php?id=514>

47. Стратегічний менеджмент, Маленков Ю.А., - М: Проспект, 2011 [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://docs.google.com/document/d/1JHdKmQeOnYCL7D2u/>

48. Організаційна поведінка, Литвинюк А.А., - М: Юрайт, 2012 [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://www.biblio-online.ru/book/62B2AE09-2DF0-4688-8DC1-567948EFCD79>

49. Петровська А.В., Клієнтоорієнтована стратегія розвитку організації. // Російський академічний журнал. -2012 Т. 22. № 4. С. 54. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://oaji.net/articles/2014/1391-1415710007.pdf>
50. Семенова І.В., Процесний підхід до управління персоналом організації. // Сучасні наукові технології. -2012 № 9. С. 76-77. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://www.top-technologies.ru/ru/article/view?id=30932>
51. Економічна стратегія фірми, Градів А.П., - СПб. 2006. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www.twirpx.com/look/34932/>
52. Економічна стратегія фірми, 4-е вид. / За ред. А. П. Градова. - СПб: Спеціальна література, 2003. - 958 с.
53. Басаргін І. Особистість понад усе // Юрист. 2003. червень. N23.
54. Бережливе виробництво: Як позбутися від втрат і добитися процвітання вашої компанії / Д.П. Вумек, Д.Т. Джонс. Пер. з англ. М., 2004.
55. Томсон К. Рецепти корпоративної культури. Як змінити звичне поведінку. - М.: Видавництво Баланс бізнес букс. - 2005 - 272 с.
56. Морозов А. В. Ділова психологія. Курс лекцій. - СПб: Союз, 2005
57. Корпоративна культура ділового спілкування. Головні правила спілкування і поведінки в сучасному суспільстві - М.: Аст. - 2005 - 608 с.
58. Капітонов Е.А., Зінченко Г.П., Капітонов А.Е. Корпоративна культура: Теорія і практика. - М.: Альфа-прес. - 351 с.
59. Джуелл Л. Індустріально-організаційна психологія. - СПб.: Питер, 2002.
60. Міжнародний центр Інтернет-торгівлі - All-Biz. - Режим доступу: <https://ua.all.biz>
61. Найбільша торговельна площадка України - Prom.ua - Режим доступу: <https://odessa.prom.ua>
62. Фінансова звітність ПрАТ «ВО «Стальканат-Сітур»

ДОДАТКИ