

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра «Економіки, права та управління бізнесом»
(найменування кафедри)

Допущено до захисту
Завідувач кафедри

(підпис)
“ ____ ” _____ 201__ 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, планування та управління бізнесом»
(назва магістерської програми)
на тему: «Економічне обґрунтування стратегії розвитку підприємства (на
прикладі ПП «Бессарабія-В»»
(назва теми)

Виконавець:

студентка 6 курсу факультету ФЕУП
Ізмайлова Аліна Ренатівна

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

Науковий керівник:

_____ к.е.н., доцент

(науковий ступінь, вчене звання)

Горбаченко Станіслав Анатолійович

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

АНОТАЦІЯ

Ізмайлової А. Р., «Економічне обґрунтування стратегії розвитку підприємства (на прикладі ПП «Бессарабія-В»)»
кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності 076
«Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» за магістерською програмою
«Економіка, планування та управління бізнесом»,
Одеський національний економічний університет
м. Одеса, 2018 рік

Кваліфікаційна робота магістра складається з трьох розділів. Об'єктом дослідження виступає процес формування стратегії розвитку на підприємстві харчової промисловості.

У роботі розглядаються теоретичні аспекти формування стратегії розвитку підприємства; досліджуються фактори, що вплинули на вибір обраної стратегії розвитку.

Проаналізовано конкурентне середовище на ринку соняшникової олії по Україні. Проведено оцінку економічної ефективності проекту та можливі ризики щодо їх мінімізації.

Запропоновано впровадження виробництва рафінованої фасованої соняшникової олії та проведено економічне обґрунтування доцільності обраної стратегії розвитку підприємства.

Ключові слова: стратегія розвитку підприємства, соняшникова олія, виробництво, проект, ефективність, ризик.

ANNOTATION

Izmailova A.R., «Economic substantiation of the development strategy of the enterprise (on the example of PE «Bessarabia-V»)»
Qualifying work on the receipt of educational master's degree from speciality a 076
«Enterprise, trade and exchange activity» on the master's degree program «Economy, planning and business management»,
Odessa National University of Economics
Odessa, 2018

Thesis consists of three chapters. Object of study is the process of forming a development strategy at the enterprise of the food industry.

Diploma thesis deals with theoretical aspects of forming the enterprise development strategy are considered in the paper; the factors that influenced the choice of the chosen development strategy are studied.

The competitive environment in the sunflower oil market in Ukraine is analyzed. The estimation of economic efficiency of the project and possible risks for their minimization are carried out.

The implementation of the production of refined packaged sunflower oil was proposed and an economical substantiation of the feasibility of the chosen strategy of the enterprise development was conducted.

Keywords: enterprise development strategy, sunflower oil, production, project, efficiency, risk.

ЗМІСТ

| | |
|---|-----|
| ВСТУП | 3 |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА | 6 |
| 1.1. Сутність поняття «стратегія розвитку підприємства»..... | 6 |
| 1.2. Види стратегій розвитку підприємства та їх характеристика..... | 12 |
| 1.3. Етапи формування стратегії розвитку підприємства..... | 20 |
| РОЗДІЛ 2. СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ПП «БЕССАРАБІЯ-В» | 35 |
| 2.1. Аналіз фінансово-господарської діяльності ПП «Бессарабія-В»..... | 35 |
| 2.2. Аналіз стратегічної діяльності ПП «Бессарабія-В»..... | 49 |
| 2.3. Аналіз кон'юнктури ринку соняшникової олії..... | 53 |
| РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІЧНЕ ОБГРУНТУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПП «БЕССАРАБІЯ-В» | 62 |
| 3.1. Визначення пріоритетних напрямів розробки стратегії розвитку ПП «Бессарабія-В»..... | 62 |
| 3.2. Економічне обґрунтування плану заходів щодо формування стратегії розвитку ПП «Бессарабія-В»..... | 69 |
| 3.3. Оцінка показників ефективності проекту розширення сфери діяльності..... | 75 |
| 3.4 Аналіз ризиків реалізації проекту та можливість їх зменшення..... | 83 |
| ВИСНОВКИ | 92 |
| Список використаних джерел | 96 |
| Додатки | 104 |

ВСТУП

Актуальність теми. Прискорення інтеграційних процесів України у світовий економічний простір вимагає застосування комплексу сучасних аспектів стратегічного розвитку підприємства, які спрямовані на посилення власних конкурентних позицій на ринку. Успішна діяльність підприємства в нових умовах передбачає необхідність ретельного вивчення ринку, внесення змін до товарного асортименту, проведення гнучкої цінової політики, реорганізацію закупівельної та збутової діяльності, перебудову організаційної структури управління.

Перспективні конкурентні можливості відкриваються для будь-якого підприємства в будь-якій ситуації, але для того, щоб ними скористатися необхідно мати власну стратегію розвитку. Особливо значимою є розробка стратегії розвитку для торговельних підприємств, які функціонують в умовах жорсткої конкуренції та пропонують споживачам аналогічні товари. Лише ті підприємства, які здатні створити унікальні конкурентні переваги, запропонувати споживачу щось нове, більш повно задовольнити їх потреби, зможуть забезпечити успішне своє функціонування.

Теоретичні і методологічні аспекти формування стратегій розвитку підприємств знайшли своє висвітлення у дослідженнях як зарубіжних вчених-економістів: Г. Минцберга, А. Чандлера, М. Мескона, І. Ансоффа, А. Томпсона, так і російських та вітчизняних: Е. А. Бельтюкова, В. С. Сімонової, М. М. Мартиненка, Б. М. Мізюка, В. Д. Немцова, З. І. Галушки, В. В. Пастухової, В. А. Вінокурова, Н. А. Туленкова, Ю. А. Путятіна, В. А. Кравчука, П. Л. Гордієнко, В. А. Соколенка, Л. Є. Довганя, О. М. Кукушкіна, З. Є. Шершньової, та інших, які у своїх роботах відображають вирішення питань формування стратегічного розвитку підприємства в умовах змін зовнішнього та внутрішнього середовищ. Водночас, можна відзначити нестачу теоретичних напрацювань щодо

формування стратегії розвитку торговельних підприємств з урахуванням досягнень НТП та сучасних вимог споживачів.

Наукова та практична актуальність зазначених питань зумовили вибір теми дослідження, окреслили коло його завдань.

Мета дипломної роботи: економічне обґрунтування стратегії розвитку ПП «Бессарабія-В».

Досягнення поставленої мети обумовило необхідність вирішення таких завдань:

- розкрити сутність поняття «стратегія розвитку підприємства»;
- розглянути види стратегій розвитку підприємства та їх характеристики;
- проаналізувати етапи формування стратегії розвитку підприємства;
- дати загальну характеристику діяльності ПП «Бессарабія-В»;
- провести аналіз фінансово-господарської діяльності ПП «Бессарабія-В»;
- дослідити стратегічну діяльність ПП «Бессарабія-В»;
- проаналізувати кон'юнктури ринку соняшникової олії;
- визначити пріоритетні напрями розробки стратегії розвитку ПП «Бессарабія-В»;
- здійснити економічне обґрунтування плану заходів щодо формування стратегії розвитку ПП «Бессарабія-В»;
- оцінити показники ефективності проекту впровадження виробництва і реалізації фасованої рафінованої соняшникової олії;
- провести аналіз можливих ризиків реалізації проекту та запропонувати заходи щодо їх мінімізації.

Об'єкт дослідження – процес формування стратегії розвитку ПП «Бессарабія-В».

Предмет дослідження – теоретичні та практичні засади формування стратегії розвитку підприємства.

Методи дослідження. Для вирішення поставлених у дипломній роботі завдань використовувалися такі методи: структурно-логічного аналізу – при побудові логіки та структури дослідження; логічної абстракції (теоретичні

узагальнення і формування висновків); графічного (для наочного представлення статистичних даних); табличний та групування (при аналізі фінансової діяльності підприємства, формуванні витрат на створення та функціонування проекту впровадження виробництва і реалізації рафінованої фасованої соняшникової олії, при економічному обґрунтуванні доцільності впровадження проекту).

Інформаційною базою дослідження слугували річні звіти ПП «Бессарабія-В», вітчизняні періодичні видання, наукова література, інформаційні ресурси мережі Інтернет, результати власних досліджень автора, матеріали наукових конференцій, статистичні щорічники Державної служби статистики України, звіти та аналітичні матеріали інших державних органів, наукові публікації та монографічні видання.

Практичне значення одержаних результатів дослідження полягає у розробці науково-практичних положень і рекомендацій щодо формування стратегії розвитку ПП «Бессарабія-В».

Публікації та апробація результатів дослідження. За результатами проведеного дослідження були написані:

- тези доповіді: Ізмайлова А. Р. Роль українських портів в збільшенні експорту продукції олійної промисловості / А. Р. Ізмайлова // Розвиток економіки та планування бізнесу в сучасних умовах: проблеми та шляхи вирішення: матеріали v міжнар. наук.-практ. конф., 14-15 вересня 2017 р. – Одеса : Одеський національний економічний університет, 2017. – С. 65-67;

- стаття: Горбаченко С. А., Ізмайлова А. Р. Проблеми адаптації українських портів до сучасних експортних портеб олійної промисловості / С. А. Горбаченко, А. Р. Ізмайлова // Вісник ОНУ імені І.І. Мечникова. – 2017. – №2 (36). – С. 132-144.

ВИСНОВКИ

Виконане дослідження дозволило обґрунтувати стратегію розвитку ПП «Бессарабія-В», підсумки наведені нижче.

1. На даний час в літературі відсутня єдина точка зору щодо поняття стратегії. Так, класичним визначенням терміну є розкриття стратегії як засобу досягнення цілей підприємства. Відповідно до іншого підходу «стратегія» розглядається як набір правил прийняття рішень. Відповідно до комплексним підходу, стратегія – це не тільки засіб досягнення цілей і здійснення місії, це – програма функціонування підприємства в зовнішньому середовищі, взаємодії з конкурентами, задоволення клієнтів, зміцнення конкурентних позицій підприємства.

2. Існують найпоширеніші, що є вивіреними практикою й широко освітленими в літературі стратегії розвитку підприємства, які називаються базисними, або еталонними. У цілому вони відбивають підходи до зростання фірми та пов'язані зі зміною стану одного чи кількох елементів: продукта, ринку, галузі, положення фірми всередині галузі, технології.

3. Існують різні підходи до виділення основних етапів формування стратегії підприємства. Багатьма науковцями визнаний конструктивним процес стратегічного планування за пропозиціями М. Мескона, що передбачає вісім етапів: вибір місії фірми; формулювання цілей фірми; аналіз зовнішнього середовища; управлінське обстеження внутрішніх сильних і слабких сторін; аналіз стратегічних альтернатив; вибір стратегії; реалізації стратегії; оцінка стратегії.

4. Аналіз фінансових показників діяльності підприємства в 2014 – 2016 роках свідчить про те, що чистий дохід від реалізації продукції зріс на 79,72% порівняно з 2014 р. В 2016 р. фінансове становище підприємства покращилося, воно отримало прибуток в розмірі 195097 тис. грн. При цьому собівартість продукції зросла на 59,55%, інші операційні доходи зменшились на 25,39% за аналогічний період. За останні три роки прибуток від операційної діяльності

підприємства зріс у 3,7 разів, що свідчить про успішність його основної діяльності.

5. З аналізу показників балансу можна зробити висновок про те, що обсяги капіталу підприємства мають тенденцію до зростання, що свідчить про розширення господарської діяльності.

6. Аналіз рентабельності діяльності ПП «Бессарабія-В» за 2014 – 2016 роки свідчить про те, що в 2016 підприємство відновило прибуткову діяльність, рентабельність активів становила 30,34%. Показник рентабельності власного капіталу характеризує, наскільки ефективно підприємство використовує власний капітал. В 2016 році кожна вкладена в підприємство гривня коштів принесла 1,82 грн чистого прибутку. В 2016 році рентабельність діяльності становила 43,13%, що свідчить про ефективність діяльності підприємства в даному періоді. Рентабельність продукції характеризує прибутковість господарської діяльності підприємства від власної діяльності і показує, скільки прибутку припадає на одну грошову одиницю витрат, які формують собівартість продукції. Даний показник в 2016 р. порівняно із 2014 р. збільшився на 9,93 в.п.

7. Врожай соняшнику в 2016 р. збільшився на 8,9 млн. т у порівнянні із 2005 р. Цьому сприяло утримання великих масштабів господарювання. В 2016 р. посівні площі під соняшникомовою культурою становили майже 6,1 млн га, що на 64,86% більше 2005 р. З розширенням площ під зазначеною культурою підвищувалася врожайність. В 2016 р. врожайність становила 22,4 ц/га, що більше на 75% у порівнянні з 2005 р.

8. Виробництво нерафінованої соняшникової олії в Україні у 2016 році становило 4412 тис. т, що на 18,73% більше, ніж у 2015 р. Спад у виробництві соняшникової олії спостерігався у 2013 р. – на 10,54% відповідно до 2012 р. та у 2015 р. – 15,56% відповідно до минулого року. Загалом зростання виробництва нерафінованої соняшникової олії в Україні за 2005 – 2016 рр. склало 3031 тис. т (приріст 219,48%).

9. Середня ціна виробників нерафінованої соняшникової олії в Україні з початку 2017 року зросла на 9,32% порівняно з попереднім періодом 2016 року. Найбільша середня ціна була зафіксована в березні 2017 р. в розмірі 20863,6 грн/т, однак протягом березня – серпня 2017 р. середня ціна знизилась на 7,79%. Зниження ціни на соняшкову олію аналітики пояснюють збільшенням переробних потужностей (+18,7% до 18,4 млн тонн на рік) і відповідним пожвавленням конкурентного середовища, а також тривалим ростом світових обсягів виробництва та експорту соняшникової олії.

10. В Україні налічується понад 900 підприємств, що виробляють соняшкову олію, враховуючи дрібні підприємства. Присутність досить високої конкуренції часто змінює структуру ринку даної галузі. у трійці лідерів за виробництвом соняшникової олії в 2016 р. знаходились Миколаївський олійноекстракційний завод, Запорізький і Вінницький олійно-жирові комбінати, що належать, відповідно, компаніям «Bunge», «Оптимус Агро» і «ViOil». На зазначені підприємства припадає 22,62% виробництва соняшникової олії, а на всі десять підприємств – 59,04%.

11. Україна є найбільшим у світі експортером соняшникової олії. У 2016 році українські підприємства експортували рекордний обсяг соняшникової олії – 4,8 мільйона тонн, що на 23% більше, ніж у 2015 році. У грошовому вираженні експорт цієї продукції склав 3,7 мільярда доларів проти 4,2 мільярда доларів роком раніше.

12. Для розширення обсягу реалізації та отримання додаткового прибутку, підприємству слід застосувати стратегію розвитку ринку, що належить до першої групи еталонних стратегій розвитку бізнесу – стратегій концентрованого зростання, коли підприємство намагається поліпшити або виробляти новий продукт, не змінюючи галузі. Підприємство веде також пошук можливостей поліпшення свого положення на існуючому ринку або ж переходу на новий ринок.

13. Як засвідчив аналіз можливостей, одним із напрямків розширення сфер діяльності ПП «Бессарабія-В» є впровадження виробництва і реалізації

фасованої рафінованої соняшникової олії. Побудований інвестиційний план проекту свідчить, що для реалізації цього проекту інвестиційні витрати складуть 2605 тис. грн.

14. Розрахунки показників плану з грошових потоків варто виконувати одночасно із складанням бізнес-плану, використовуючи для цього спеціальне програмне забезпечення. В роботі було використано програму «Project Expert». Розрахунки засвідчили, що дефіцит у підприємства власних коштів робить неможливим самостійне фінансування проекту, тому потрібно передбачити залучення банківського кредиту. Тепер можна сформувавши план залучення кредитних ресурсів. Він повинен враховувати необхідність покриття від'ємного результату балансу (-2605 тис. грн.) та період кредитування на термін можливості погашення позики власними надходженнями. Таким чином передбачається залучення для реалізації проекту банківської позики у розмірі 2610 тис. грн. терміном на 12 місяців під 20% річних.

15. Розрахунок показників ефективності проекту показали, що чистий приведений дохід позитивний (77205023 грн.), що свідчить про те, що незалежний інвестиційний проект дозволяє збільшити капітал підприємства і його ринкову вартість. Термін окупності (РВ) складає 2 місяці, величина індексу прибутковості визначена на рівні 30,15 свідчить привабливість проекту для інвесторів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Минцберг Г. Школы стратегий: Пер. с англ. – СПб. : Питер, 2000. – 336 с.
2. Шишкіна І. М. Теоретичні передумови зясування сутності стратегії розвитку / І.М. Шишкіна // Фінансово-кредитний механізм в соціально-економічному розвитку країни : матеріали VII всеукраїнськ. наук.-практ. інтернет-конф., 6-17 лютого 2011 р. – Макіївка : Донецький національний технічний університет, 2011. – С. 41-42.
3. Бельтюков Е. А. Выбор стратегии развития предприятия: учеб. пособ. / Е. А. Бельтюков, Л. А. Некрасова. – Одесса : ОНПУ, 2002. – 279 с.
4. Chandler A. D. Strategy and Structure: Chapters in the History of the Industrial Enterprise / A. D. Chandler. – Cambridge: THE M.I.T. PRESS. – 1962. – Pp. 463.
5. Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: Пер. с англ. – М. : Дело, 1992. – 702 с.
6. Сімонова В. С. Еволюція категорій «стратегія» та «стратегічне управління» / В. С. Сімонова // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – №5. – С. 117-120.
7. Мартиненко М. М. Стратегічний менеджмент: підручник / М. М. Мартиненко, І. А. Ігнат'єва. – Київ : КАРАВЕЛА. – 2010. – 320 с.
8. Мізюк Б. М. Основи стратегічного менеджменту: підручник / Б. М. Мізюк. – Львів : МАГНОЛІЯ ПЛЮС. – 2009. – 392 с.
9. Ансофф И. Стратегическое управление: Сокр. пер. с англ. / Л. И. Евенко. – М. : Экономика, 1989. – 519 с.
10. Минцберг Г., Куинн Дж.Б., Гошал С. Стратегический процесс: Пер. с англ. – СПб. : Питер, 2001. – 688 с.
11. Немцов В. Д., Довгань Л. Є. Стратегічний менеджмент: навч. посіб. / В. Д. Немцов, Л. Є. Довгань. – К. : КПІ, 2001. – 557 с.

12. Галушка З. І., Комарницький І. Ф. Стратегічний менеджмент: навч.-метод. посіб. / З. І. Галушка, І. Ф. Комарницький. – Чернівці : РУТА, 2006. – 248 с.
13. Пастухова В. В. Стратегічне управління підприємством: філософія, політика, ефективність: монографія. / В. В. Пастухова. – К. : КНТЕУ. – 2009. – 302 с.
14. Винокуров В. А. Организация стратегического управления на предприятии: монография / В. А. Винокуров. – М. : ЦЕНТР ЭКОНОМИКИ И МАРКЕТИНГА. – 1996. – 458 с.
15. Туленков Н. А. Ключевая позиция стратегического менеджмента в организации / Н. Туленков // Проблемы теории и практики управления. – 2007. - №4. – С. 104-107.
16. Путятин Ю. А., Пушкарь А. Н., Тридед А. Н. Стратегия развития предприятия / Ю. А. Путятин, А. И. Пушкарь, А. Н. Тридед // Бизнес-информ. – 2008. - №23. – С. 109-113.
17. Кравчук В. А. Стратегії конкурентної поведінки / В. Кравчук // Український діловий тижневик «Галицькі Контракти». – 2003. – №39. – С. 15-18.
18. Коротков Э. М. Концепция менеджмента: учеб. пособие / Э. М. Коротков. – М. : ДЕКА, 2007. – 304 с.
19. Мельник Л. Г. Фундаментальные основы развития: универс. книга / Л. Г. Мельник. – Сумы : ИТД. – 2003. – 288 с.
20. Porras J., Silvers R. Organization Development and Transformation // Annual Review of Psychology – 42. – 1991. – P. 51-78.
21. Ефремов В. С. Стратегическое управление в контексте организационного развития / В. С. Ефремов // Менеджмент в России и за рубежом. – 2009. – № 1. – С. 3-13.
22. Гордієнко П. Л., Дідковська Л. Г., Яшкіна Н. В. Стратегічний аналіз: навч. посіб. / П. Л. Гордієнко, Л. Г. Дідковська, Н. В. Яшкіна. – К. : АЛЕРТА. – 2011. – 520 с.

23. Соколенко В. А., Бондаренко О. М. Сутність та види стратегії розвитку / В. А. Соколенко, О. М. Бондаренко // Вісник НТУ «ХПІ». – 2015. – № 53. – С. 70-74.

24. Довгань Л. Є., Каракай Ю. В., Артеменко Л. П. Стратегічне управління: навч. посіб. / Л. Є. Довгань, Ю. В. Каракай, Л. П. Артеменко. – К. : ЦЕНТР УЧБОВОЇ ЛІТЕРАТУРИ. – 2011. – 440 с.

25. Власюк В. Є., Котлова Л. М. Фінансова стратегія та тактика управління підприємством: навч.-метод. посіб. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://studfiles.net/preview/5705790/page:13/>

26. Кукушкін О. М. Сутність поняття «стратегія розвитку підприємства» / О. М. Кукушкін // Науковий вісник НЛТУ України: зб. наук.-техн. праць. – Львів : НЛТУ УКРАЇНИ. – 2005. – С. 220-227

27. Шершньова З. Є. Стратегічне управління: підручник / З. Є. Шершньова. – К. : КНЕУ. – 2004. – 699 с.

28. Ковтун О. І. Стратегія підприємства: навч. посіб. / О. І. Ковтун. – Львів : НОВИЙ СВІТ – 2000. – 2007. – 324с.

29. Томпсон А. А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: учебник / А. Дж. Стрикленд, А. А. Томпсон. – М. : ЮНИТИ-ДАНА. – 2012. – 578 с.

30. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: Пер. с англ. – М. : Дело, 1999. – 800 с.

31. Строкович Г. В. Стратегія підприємства : навчальний посібник [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.nua.kharkov.ua/eng/images/stories/Kafedri/Kaf_Ekonomiki_Predpriyatiya/metod_obespechenie/Strokovich/Cstrategiy_predoriyiy_Metodichsa.pdf.

32. Болтянська Л. О., Андреева Л. О., Лисак О. І. Економіка підприємства: навчальний посібник [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://pidruchniki.com/82173/ekonomika/zovnishnye_seredovische_gospodaryuvannya_pidpriyemstv.

33. Василенко В. А. Стратегічне управління : навч. посіб. / В. А. Василенко, Т. І. Ткаченко. – К. : ЦУЛ. – 2003. – 396 с.

34. Meyer H. H., Kay E., French J. R. P. Split roles in performance appraisal / H. H. Meyer, E. Kay, J. R. P. French. – Harvard Business Review. – 1965. – vol. 43(1). – pp. 123-129.

35. Кирич Н. Б. Стратегічне управління: навч. посіб. / Гевко О. Б., Шведа Н. М. – Тернопіль : ФОР ПАЛЯНИЦЯ В. А. – 2016. – 152 с.

36. Тарасенко І. О. Фінанси підприємств : підручник / І. О. Тарасенко, Н. М. Любенко. – К. : КНУТД. – 2015. – 360 с.

37. Ковалев А. И. Управление реструктуризацией предприятия / А. И. Ковалев. – К. : АВРИО. – 2006. – 368 с.

38. Загорулько Ю. І. Фінансова стійкість підприємства як економічна категорія / Ю. І. Загорулько, Н. А. Дехтяр // Молодіжний науковий вісник УАБС НБУ. (Серія «Економічні науки»). – 2013. – № 4. – С. 236–246.

39. Підсумки заключного обліку посівних площ сільськогосподарських культур під урожай 2005 року : Статистичний бюлетень. – Київ : Державний комітет статистики України. - 2005. – 53 с.

40. Посівні площі сільськогосподарських культур під урожай 2012 року : Статистичний бюлетень. – Київ : Державна служба статистики України. – 2012. – 53 с.

41. Посівні площі сільськогосподарських культур під урожай 2013 року : Статистичний бюлетень. – Київ : Державна служба статистики України. – 2013. – 53 с.

42. Посівні площі сільськогосподарських культур під урожай 2014 року : Статистичний бюлетень. – Київ : Державна служба статистики України. – 2014. – 53 с.

43. Посівні площі сільськогосподарських культур під урожай 2015 року : Статистичний бюлетень. – Київ : Державна служба статистики України. – 2015. – 53 с.

44. Посівні площі сільськогосподарських культур під урожай 2016 року : Статистичний бюлетень. – Київ : Державна служба статистики України. – 2016. – 53 с.

45. Сільське господарство України за 2016 р. : Статистичний збірник. – Київ : Державна служба статистики України. – 2017. – 246 с.

46. Рослинництво (1990–2016) / Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2006/sg/sg_rik/sg_u/rosl_u.html.

47. Рослинництво України – 2015 : Статистичний збірник. – К : Державна служба статистики України / відповідальний за випуск О. М. Прокопенко. – 2016. – 166 с.

48. Інформація про рівень середньозважених цін на основні види сільськогосподарської продукції та продукти її переробки станом на 1 грудня 2017 року / Міністерство аграрної політики та продовольства України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.minagro.gov.ua/monitoring?nid=19161>.

49. Гарбар. В. А. Сучасний стан ринку олійно-жирової продукції в Україні та перспективи його конкурентоспроможного розвитку / В. А. Гарбар // Соціально-політичні, економічні та гуманітарні виміри європейської інтеграції України: матеріали V Міжнародної наук.-практ. конф., 07-09 червня 2017 р. – Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2017. – Ч. 1. – 512 с.

50. Виробництво основних видів промислової продукції за 2003–2010 роки / Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2006/pr/prm_rik/prm_rik_u/vov_2004_u.html.

51. Виробництво окремих видів промислової продукції за 2011–2016 роки / Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2006/pr/prm_rik/prm_rik_u/vov_2005_u.html.

52. Середні ціни виробників за основними видами харчових продуктів, напоїв у 2016 році / Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2016/ct/scv/scv_16u.html.

53. Середні ціни виробників за основними видами харчових продуктів, напоїв у 2017 році / Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2017/ct/scv/scv_17u.html.

54. Show must go on: експерти про рекорди та проблеми олійного ринку / Аграрне інформаційне агентство «Агравері» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://agravery.com/uk/posts/show/show-must-go-on-eksperti-pro-rekordi-ta-problemi-olijnogo-rinku>.

55. ТОП-10 производителей растительного масла 2016/17 МГ / Главный сайт об агробизнесе — Latifundist.com [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://latifundist.com/rating/top-10-proizvoditelej-rastitelnogo-masla-20162017-mg>.

56. Барсук Ю. В. Сучасний стан розвитку виробництва та експорту соняшникової олії в Україні / Барсук Ю. В. // Вісник МНУ ім.В.О. Сухомлинського. – 2017. – № 16. – С. 103-108.

57. Шумейко В. М. Маркетингова товарна політика як інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємства // Наук. пр. — Кіровоград, 2005. - Вип.17. - С.121–126.

58. Крупнейшие производители подсолнечного масла в Украине. Итоги сентября-июля 2016/17 МГ / ProAgro [Електронний ресурс]. — Режим доступу: www.proagro.com.ua/news/ukr/17536.html

59. Аналітичні дослідження роздрібних цін на харчові продукти на продовольчих ринках та базарах / Міністерство аграрної політики та продовольства України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.uapp.kiev.ua/files/monitoring/2017/1128/Operinfo.pdf/>

60. Жарлінська Р. Г., Малашевська Т.Ю., Свистак І.В., Бренд та брендинг у сучасному маркетингу/ Жарлінська Р. Г., Малашевська Т.Ю., Свистак І.В. [Електронний ресурс] // Журнал «Науковий огляд». – Режим доступу : <http://intkonf.org>.

61. Котлер Ф. «Основы маркетинга» пер. с англ. / Котлер Ф. — М.: «Ростин- тэр», 1996. — 704 с.

62. Шульгіна, Л.М., Лео, М. В. Брендинг: теорія та практика (на прикладі об'єктів комерційної нерухомості): монографія / Л. М. Шульгіна, М. В. Лео; Нац. техн. ун-т України «КПІ», Київ. нац. торг.-екон. ун-т, Європейський ун-т. — Київ-Тернопіль: Астон, 2011. — 266 с.

63. Купчинська М. Що бренд прийдешній нам готує? / Купчинська М. — Маркетинг в Україні. — 2014. — №5. — с. 41-43.

64. Саатчи М. Дерзкая простота мысли / М. Саатчи. Пер. с англ. Е. Луцкая. — М.: «МИФ», 2013. — 128 с.

65. Брендінгове агенство Fedoriv [Електронний ресурс] Режим доступа — <http://ru.fedoriv.com>.

66. Федоров А. Стратегия — это все то, что делаете вы, и чего не делают другие / А. Федоров // Marketing Media Review [Электронный ресурс] Режим доступа — <http://mmr.ua/show/andrej-fedorov-fedorivcom-strategija-eto-vse-to-chto-delaete-vy-i-chego-ne-delajut-drugie/37660>

67. Пастухова В.В. Стратегічне управління підприємством: філософія, політика, ефективність: Монографія / Пастухова В.В.. — К.: Київ.нац.торг.-екон.ун-т, 2002. — 302 с.

68. Андрейченко А. В., Горбаченко С. А., Грінченко Р. В., Карпов В. А., Кучеренко В. Р. Аналіз ринкової кон'юнктури: навчальний посібник.— Одеса: ОНЕУ, 2014.— 345 с.

69. Офіційний сайт ПП «Бессарабія-В» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://bessarabia-v.com/>.

70. Офіційний сайт Logo Master [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://logomaster.com.ua/index.php?p=1>.

71. Офіційний сайт ТОВ «Укр-Контакт» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrcontact.com/>.

72. Сидоренко О. А. Особливості страхування з державною підтримкою у аграрному секторі України / О. А. Сидоренко // Економіка та держава. – 2013. – № 4. – С. 71–74.