

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

Кафедра економіки, планування та управління бізнесом

Допущено до захисту
Завідувач кафедри

_____ (підпис)
“ ___ ” _____ 2018 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня магістра

зі спеціальності **076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»**

за магістерською програмою професійного спрямування

«Економіка, планування та управління бізнесом»

на тему:

**«Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства (на
прикладі Роздільнянського ковбасного цеху)»**

Виконавець:

Студентка 6 курсу ФЕУП

Водоп'янова Марія Миколаївна _____

Науковий керівник:

к.е.н., доцент

Доброва Наталя Василівна _____

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. КОНКУРЕНЦІЯ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ	
1.1 Теоретичні основи конкуренції	6
1.2 Конкурентоспроможність підприємства на ринках товарів та послуг.....	13
1.3 Методологія оцінки конкурентоспроможності	20
РОЗДІЛ 2. ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ КОНКУРЕНТНОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА	
2.1 Характеристика та аналіз діяльності ковбасного цеху Роздільнянського виробничого комбінату.....	30
2.2 Оцінка стану ринку ковбасних виробів в Україні.....	34
2.3 Оцінка конкурентних позицій підприємства та SWOT- аналіз	46
РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІЧНЕ ОБГРУНТУВАННЯ НАПРЯМКІВ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	
3.1 Створення власного бренду, як засіб підтримки конкурентоспроможності.....	57
3.2 Обґрунтування заходів підвищення рівня цінової конкурентоспроможності.....	61
3.3 Аналіз ризиків реалізації заходів підвищення конкурентоспроможності та можливість їх зменшення.....	70
ВИСНОВКИ.....	81
Список використаних джерел.....	84
Додатки.....	91

ВСТУП

Актуальність дослідження. В сучасному світі конкуренція є основною умовою, за якою працюють ринкові механізми. Зокрема, вона забезпечує стабільне зростання економіки, розмаїтість асортименту і високу якість товарів та послуг, формування цивілізованої системи виробництва і товарообміну.

В зв'язку з розширенням можливостей підприємств у виборі асортиментної та збутової політики великого значення набуває поняття конкурентоспроможність. Критерії, характеристики і фактори динаміки конкурентоспроможності на рівні товару, підприємства, галузі, національного господарства, або нації мають свою специфіку. Все вищезначене обумовлює актуальність теми випускної роботи.

Конкурентоспроможність - це властивість практично будь-яких економічних об'єктів. Незалежно від фізичної природи і виконуваних функцій усі виробни, а також виробничі системи їх що виготовляють і використовують, можуть розглядатися в контексті проблеми конкурентоспроможності, причому такий аспект аналізу диктується не абстрактними розуміннями, а суцього практичними інтересами конкретної економічної діяльності. Отже, конкурентоспроможність є категорією динамічною, причому її динаміка обумовлена, насамперед, зовнішніми факторами, значна частина яких може розглядатися як керовані параметри.

В харчовій промисловості конкуренція виконує ряд важливих функцій, серед яких: визначення ринкової вартості товару в процесі конкурентної боротьби, стимулювання впровадження досягнень науково-технічного прогресу у виробництво, відбір у процесі конкуренції найбільш ефективних форм власності й господарювання, оптимізація територіального розміщення виробництва.

Конкурентоспроможність підприємств харчової промисловості має не

лише внутрішній, але й зовнішній аспекти, оскільки значна частина продовольства в нашій країні ввозиться з-за кордону та експортується. Харчова промисловість в Україні характеризується всезростаючим дефіцитом власної сировини і продовольства, внаслідок чого в український ринок стрімкими темпами стали надходити імпортовані сировина і товари, що поставило вітчизняного товаровиробника й населення країни в не вигідне становище. Нині, коли підприємства почали налагоджувати обсяги реалізації, конкуренція набуває жорсткішого характеру

Питанням розробки методології формування конкурентоспроможності підприємства та управління конкурентними перевагами присвячені роботи як закордонних вчених-економістів: Ф. Котлера, М. Портера, І. Ансоффа, Р.А. Фатхутдінова, А.Ю. Юданова, так і вітчизняних дослідників – В.А, Павлової, Т.Ф, Косянчук, Н.В, Добрової, А.Є. Воронкової, Ю.М. Хвевіка, О.Г. Янкового, М.С, Татар та інших.

Мета дослідження - обґрунтування напрямів розвитку підприємства з метою підвищення його конкурентоспроможності в сучасних ринкових умовах.

Завдання дослідження:

1. Розглянути теоретичні основи конкуренції.
2. Охарактеризувати конкурентоспроможність підприємств на ринках поварів та послуг.
3. Охарактеризувати методології оцінки конкурентоспроможності.
4. Проаналізувати фінансово-господарську діяльність ковбасного цеху Роздільнянського виробничого комбінату.
5. Провести оцінку стану ринку ковбасних виробів в Україні.
6. Дослідити поточний конкурентний стан підприємства.
7. Обґрунтувати можливість створення та просування власного бренду.
8. Обґрунтувати заходи підвищення рівня цінової конкурентоспроможності.

9. Проаналізувати ризики реалізації заходів підвищення конкурентоспроможності та можливість їх зменшення.

Об'єктом дослідження виступають процеси обґрунтування проекту підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Предметом дослідження є теоретичні методи та практичні заходи, які спрямовано на підвищення конкурентоспроможності підприємства харчової промисловості.

Методи дослідження. У кваліфікаційній роботі використовувались наступні методи: діалектичний – для вивчення стану об'єктів в процесі їх життєдіяльності на досліджуваному підприємстві; аналіз – для деталізації та розділення об'єкта дослідження на окремі важливі складові елементи; порівняння – для зіставлення даних щодо фінансово-господарської діяльності підприємства у динаміці; табличний (графічний) – для наочного відображення результатів дослідження. Розрахунки щодо проекту провадилися з використанням програмних продуктів «Project Expert» та «Excel».

Інформаційна база дослідження. У якості інформаційної бази дослідження використовувались дані бухгалтерського, управлінського й аналітичного обліку діяльності Роздільнянського виробничого комбінату та окремо ковбасного цеху, статистичні та аналітичні дані, інформацію консалтингових агентств щодо стану ринку ковбасних виробів, а також законодавчі і нормативні акти, літературні джерела та Інтернет - видання.

Публікації та апробація результатів дослідження.

Водоп'янова М.М. Особливості вимог стандартизації і сертифікації в процесі організації виробництва ковбаси в Україні// Н.В. Доброва, М.М. Водоп'янова/ Науковий студентський вісник. Одеський національний економічний університет. Факультет економіки та управління підприємництвом. - 2018. - №29.

ВИСНОВКИ

1. Розглянувши теоретичні питання конкуренції можна зазначити, що конкуренція є проявом об'єктивних процесів у господарській діяльності: зниження витрат виробництва або задоволення потреб споживачів. Сама ж боротьба, суперництво при цьому виступає в якості видимої її частини, предмету розгляду в економічних доктринах.

2. Конкуренентоспроможність підприємства є результатом переплетіння факторів, породженим об'єктивним розвитком продуктивних сил і які відображають результати політики великих монополій в боротьбі за якість, ринки збуту і отримання прибутку.

3. Методологія оцінки конкурентоспроможності передбачає використання наступних складових: конкурентоспроможність продукції, конкурентоспроможність внутрішніх та зовнішніх комунікацій підприємства, конкурентоспроможність менеджменту та конкурентоспроможність персоналу.

4. Аналіз Ковбасного цеху Роздільнянського виробничого комбінату (далі ковбасний цех) виявив, що за період який аналізується, обсяг продажу підприємства виріс на 28,2%. В той же час собівартість реалізованої продукції збільшилась на дещо більшу величину – 31,1%. В результаті валовий дохід від реалізації збільшився з 2068 до 2411 тис. грн., або на 16,7%. Найбільшу питому вагу у структурі доходів мають продукти з меншою рентабельністю, що відображається на зменшення цього показника. Повільне зростання товарообігу та більш високе зростання витрат на ведення виробничої діяльності призвели до зниження загальних показників рентабельності діяльності. Прибутковість діяльності фірми зменшились у порівнянні з 2015 роком, але залишається на позитивному рівні. Звертає на себе увагу велика різниця між показниками рентабельності продажу та рентабельності діяльності. Це передусім є наслідком відносно великих

операційних та адміністративних витрат. В той же час, в 2015 році спостерігалось падіння показника рентабельності активів. Це пов'язано з тим, що підприємство в 2015 – 2017 роках здійснило великий обсяг вкладень в оновлення власної виробничої бази, але це не позначилось на фінансових результатах його діяльності.

5. Серед основних особливостей сучасного ринку ковбасних виробів в Україні слід відзначити наступні: ринок досяг насичення, правила успішної діяльності продиктовані умовами жорсткої конкуренції, згідно з якими визначається асортимент, якість і цінова політика; надлишок ковбасних виробів у торгових точках орієнтує виробника на випуск високоякісної брендваної продукції, пошук нових можливостей та створення інноваційних продуктів; одна з головних вимог споживача до продукту - стабільна якість; ринок зайнятий невеликою кількістю провідних виробників, які забезпечують 80% потреб усього ринку ковбасних товарів; відбувається подрібнення ринкових сегментів.

6. Поточний конкурентний стан Роздільнянського цеху на ринку ковбасних виробів базується на певних асортиментних та маркетингових перевагах, до яких відносяться: наявність власного сертифікованого виробництва; можливість відвантаження як достатньо великих, так і дрібних партій продукції; широкий асортимент продукції, який постійно оновлюється; наявність 2-х власних фірмових магазинів; використання екологічно чистої сировини.

7. Необхідність формування власного бренду Роздільнянського цеху витікає із досліджень вподобань споживачів та кон'юнктурних тенденцій на ринку. Для цього необхідно звернутися до послуг студії брендингу Юрка Гуцуляка який забезпечить створення бренд-буку. Серед потенційних назв нового бренду «Мрія» та «Роздільнянські ковбаси».

8. Аналіз фінансових результатів, ринку, конкуренції переваг дозволив зробити висновок про те, що напрямком підвищення

конкурентоспроможності може стати побудова на базі Роздільнянського ковбасного цеху регіональної мережі ковбасних виробництв, які наближені до джерел сировини. Це дозволить зменшити собівартість, а тому і цини за рахунок зменшення транспортних витрат, виробничих витрат в наслідок більш високої спеціалізації виробництв, зменшення рівня операційних витрат. Реалізація запропонованих заходів потребує стартових витрат у розмірі більше ніж 2 млн. грн., які можуть бути отримані у вигляді позики. Розрахунковий термін повернення позики складає 13 місяців. В результаті можливий приріст обсягів продажу складе 36%, а зменшення умовно постійних операційних витрат - 60%. При ставці дисконту у 29%, дисконтований період окупності складе 22 місяці, що враховуючи значний розмір стартових витрат є високим рівнем.

9. Серед ризиків запропонованого проекту можна відзначити техніко-виробничий, комерційний, фінансовий та інші зовнішні ризики. Сталість проекту до ризиків можна охарактеризувати за допомогою точки беззбитковості. Аналіз беззбитковості свідчить, що по всім видам продукції коефіцієнт безпеки значно перевищують нормативний рівень у 30% і в середньому перевищує 100%, що є свідомством високою надійності запропонованих заходів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аналіз ринку ковбасних виробів [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.marketing.vc/>
2. Аналіз маркетингового середовища діяльності підприємства: Конспект лекцій для студентів ФГХГГіТ усіх форм навчання дисципліна "Маркетинг" / Київ. держ. торг.-екон. ун-т; [Уклад. Л. М. Шульгіна]. — К., 2015. — 98 с.
3. Аналіз ринкової кон'юнктури: навчальний посібник/ Горбаченко С.А., Андрейченко А.В., Карпов В.А. та ін.- О: ОНЕУ, 2014.- 345 с.
4. Антипова Л.В. Методи дослідження м'яса і м'ясних продуктів / Антипова Л.В., Глотова І.А., Рогов І.А. - К.: Колос, 2014. – 155с.
5. Баркан Д. И. Як створюються комерційно успішні товари і послуги: маркетинг і нововведення / Баркан Д. И., Ходяченко В. Б., Валдайцев С. В. и др. Л.: Аквилон, 2011.- 231с.
6. Белявцев М.І Маркетингова цінова політика / Белявцев М.І, Петенко І.В, Прозорова І.В. – Київ: Центр навчальної літератури, 2005. -123с.
7. Белов М.А. Планування діяльності підприємства /Белов М.А., Євдокимова Н.М., Москалюк В.Є. - Київ: КНЕУ, 2012, 252 с.
8. Будрина Е.В. Ценообразование на услуги при международной доставке / Е.В. Будрина. - СПб.: СПбГИЭУ, 2015. - 204с. - (Международные автомобильные перевозки: учебное пособие)
9. Горбаченко С.А. Аналіз підприємницьких проектів: навчальний посібник / Горбаченко С.А., Карпов В.А.- О: ОНЕУ ротاپринт, 2013.- 241с.
10. Гончарук Т. І. Конкуренція і конкурентоспроможність: зміст і розвиток у перехідній економіці / Т. І. Гончарук. — Суми : ВВП "Мрія-1" ЛТД, 2016. — 60 с.

11. Грабар І.Г. Система технологій і основи бізнес-планування: Навч. посіб. для студ. вищ. техн. навч. закл. / І.Г. Грабар, В.Є. Титаренко; Житомир. інж.-технол. ін-т. — Житомир, 2012. — 128 с.
12. Добрава Н.В. Проблеми підвищення конкурентоспроможності підприємства // Економіка підприємства: сучасні проблеми теорії та практики: матер. четвертої міжнарод. конф. 2015 р. - Одеса: Атлант, 2015. - С.29-30.
13. Дорош О. І. Маркетингова стратегія у системі забезпечення конкурентоспроможності підприємства / О. І. Дорош // Вісн. Нац. ун-ту "Львів. політехніка" . Пробл. економіки та упр. - 2011. - № 698. - С. 150-155.
14. Ємцев В. І. Особливості формування конкурентоспроможності підприємств м'ясної промисловості України / В. І. Ємцев // Науковий вісн. Ужгородського ун-ту. — Ужгород : 2017. — С. 10—105.
15. Єрмошенко, Микола Миколайович. Аналіз і оцінка інвестиційних проектів : Навч. посіб. / Єрмошенко М.М., Плужников І.О.; Нац. акад. упр. — [2-е вид.] — К., 2006. — 155 с.
16. Закон України «Про захист економічної конкуренції» від 11 січня 2001 року № 2210-III // Відомості Верховної Ради України. – 2001. – № 12. – С. 64.
17. Закон України від 28.12.14 №71-VIII «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо податкової реформи». Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/71-19/page>
18. Закон України «Про стандартизацію» від 17.05.2001. № 2408 – III (із змінами, внесеними згідно із Законом України «Про стандарти, технічні регламенти та процедури оцінки відповідності» від 01.12.2005. № 3164 - IV).

19. Закон України «Про захист прав споживачів» від 12.05.1991. № 1023 – XII (у редакції Закону № 3161 – IV від 01.12.2005.).
20. Закон України «Про безпечність та якість харчових продуктів» від 06.09.2005, № 2809 – IV (із змінами станом на 31.05.2007, № 1104 - V).
21. Закон України «Про стандарти, технічні регламенти та процедури відповідності» від 01.12.2005, № 3164 – IV, (із змінами станом на 15.01.2009, № 882 - VI).
22. Карпов В.А. Аналіз ринкової кон'юнктури: навчальний посібник/ Горбаченко С.А., Кучеренко В.Р., Андрейченко А.В., Карпов В.А., Грінченко Р.В. - О: ОНЕУ, 2014.- 345 с.
23. Корниенко И. Состояние и перспективы мясной отрасли в Украине / И. Корниенко // Мясное Дело. — 2010. — № 3. — С. 30—31.
24. Косянчук Т.Ф. Управління конкурентоспроможністю підприємств на основі стратегічного менеджменту/ Т.Ф.Косянчук, І.В.Сокирник, С.А.Редванська// Вісник Технологічного університету Поділля. Економічні науки.- 2002.- №2, Ч.1.- С. 175-177.
25. Лихолоб Н. Производство дешевых колбас сокращается / Н. Лихолоб // Food & Drinks – 2016. – №8 – С. 52–63.
26. Ліманські А. Сутність і види продуктових інновацій у стратегії підприємства / А. Ліманські // Вісн. Нац. ун-ту "Львів. політехніка". Пробл. економіки та упр. — 2010. — N 683. — С. 358-363.
27. Маліновський Б.Г. Стан ринку м'яса та м'ясопродуктів / Маліновський Б.Г. // Галицькі контракти. 2002, №4. – С. 4-15.
28. Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу: монографія / Ред.: С.М. Ілляшенко. — Суми: Унів. кн., 2008. — 615 с.
29. Мельник Л.Г. Маркетингова цінова політика: Навч. посіб. / Л.Г. Мельник, О.І. Карінцева, Л.В. Старченко. — Суми: Унів. кн., 2007. — 240 с.
30. Мостенська Т.Л. Ринок продовольчих товарів України: перспективи

31. розвитку / Т.Л. Мостенська.// Наукові праці НУХТ – 2008. – №26– С.86–89.
32. Обґрунтування господарських рішень та оцінка ризиків. Навчальний посібник / Балджи М.Д., Карпов В.А., Ковальов А.І. Костусев О.О., Котова І.М., Сментина Н.В. — Одеса: ОНЕУ, 2013. — 670 с.
33. О Программе разработки и производства оборудования для мясной промышленности [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://pravo.levonevsky.org/bazaby11/republic27/text037.htm>
34. Офіційний веб – сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
35. Павлова В. А. Конкурентоспроможність підприємства: управління, оцінка, стратегія: монографія / В. А. Павлова, О. В. Кузьменко, В. М. Орлова, Г. А. Рижкова; Дніпропетр. ун-т економіки та права ім. А. Нобеля. - Д., 2011. - 350 с.
36. Пасека С. Р. Управління персоналом та інноваційна стратегія підприємства / С. Р. Пасека // Вісн. Черкас. ун-ту. Сер. Екон. науки . - 2009. - Вип. 153. - С. 109-116.
37. Подухович Ю. П. Проблеми розвитку виробничого потенціалу м'ясопереробних підприємств на сучасному етапі // Зб. наук. пр. Луган. нац. аграр. ун-ту / Ю. П. Подухович. — Режим доступу : <http://www.nbuiv.gov.ua>.
38. Проблеми кон'юнктурних досліджень ринків товарів та послуг в Україні/ [В.Р.Кучеренко, А.В.Андрейченко, Л.М. Гейко та ін.; під науковим керівництвом і редакцією д.е.н., професора В.Р.Кучеренка]. – Одеса: Атлант, 2010. – 164с..
39. Рогов І.А. Виробництво ковбас і м'ясних делікатесів / Рогов І.А., Жаринов А.І., . - М.: Профіздат, 2001. – 212с.

40. Савіцька Н. В. Управління креативним потенціалом підприємства: стратегія і тактика / Н. В. Савіцька, О. Л. Коломієць // Вісн. Нац. ун-ту "Львів. політехніка" . - 2012. - № 727. - С. 143-149.
41. Савченко В.Ф. Аналіз альтернативних проектів та оптимальне розміщення інвестицій / В.Ф. Савченко, О.О. Ромашкін // Актуал. пробл. економіки . — 2009. — N 4. — С. 179-187.
42. Сердюк Т.В. Бізнес-план інвестиційного проекту: Навч. посіб. для студ. екон. спец. / Т.В. Сердюк; Вінниц. держ. техн. ун-т. — Вінниця, 2012. — 134 с.
43. Сирохман І.В. Товарознавство м'яса і м'ясних товарів /І.В. Сирохман, Т.М. Раситюк.. Київ, 2004.- 382 с.
44. Слободян Н.Г. Фінансово-інвестиційний аналіз: Курс лекцій для студ. ден. та заоч. форм навч. / Н.Г. Слободян ; Нац. ун-т харч. технологій. — К., 2014. — 124 с.
45. Стадник В. В. Стратегічне управління інноваційним розвитком підприємства: навч. посіб. / В. В. Стадник, М. А. Йохна; ред.: Г. М. Соколова. - Хмельниц. : ХНУ, 2011. - 327 с.
46. Стадницький Ю.І. Чинники розміщення господарської діяльності: монографія / Ю.І. Стадницький, Л.М. Коваль. — Хмельниц.: ХНУ, 2010. — 103 с.
47. Стацько В.П. Колбасы. Колбасные изделия. Продукты из мяса / Стацько В.П. Ростов.: «Феникс», 2000. – 352 с.
48. Татар М.С. Особливості концептуального визначення категорій конкуренції та конкурентоспроможності / Татар М.С.// Економіка та держава – 2012.-№1. с. 61-64
49. Технологічний збірник рецептур ковбасних виробів і копченостей. Серія “Технології харчових виробництв”. - Ростов н/Д: Видавничий центр “МарТ”, 2012. – 864 с.

50. Технологічне обладнання м'ясокомбінатів / С.А. Бредихін, О.В. Бредихіна, Ю.В. Космодем'янський, Л.Л. Нікіфоров. – 2-е вид., іспр. – М.: Колос, 2005. 392 с.
51. Технологія м'яса та м'ясних продуктів: Підручник / М.М Климченко, Л.Г. Віннікова, І.Г. Береза та ін.; За ред. М.М. Климента.- К.: Вища освіта, 2003.- 640 с.: іл..
52. Ульяновченко О.В. Управління проектами. Бізнес-план проекту: лекція / О.В. Ульяновченко, М.Ф. Соловійов, П.Ф. Цигікал, А.В. Токар, А.В. Кучер, Л.Ю. Василено; Харк. нац. аграр. ун-т ім. В.В.Докучаєва. — Х., 2009. — 58 с.
53. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навч. посіб. / С. М. Климченко, О. С. Дубова, Д. О. Барабась, Т. В. Омеляненко. – К.: КНЕУ, 2016. – 527 с.
54. Фатхутдинов Р.А. Стратегическая конкурентоспособность: Учеб./ Р.А.Фатхутдинов. - М.: Экономика, 2005. - 504 с.
55. Федай А. С мясом хорошо, без мяса – не очень. Мясные и колбасные изделия. Промышленный обзор./А. Федай.// Food & Drinks – 2008. – №3 – С. 18–25.
56. Федорчук А.І. Маркетингові дослідження : навч. посіб. / Федорчук А.І.; УКООПСПЛКА, Львів. комерц. акад. — Львів: Вид-во Львів. комерц. акад., 2008. — 367 с.
57. Хамініч С. Ю. Реклама та рекламна діяльність у сучасному вимірі: монографія / С. Ю. Хамініч, Ю. М. Варич, М. В. Матвієць; Дніпропетр. нац. ун-т ім. О. Гончара. - Д. : Маковецький Ю. В., 2011. - 144 с.
58. Харченко Т.Б. Забезпечення конкурентоспроможності підприємств як засіб ринкового реформування економіки / Харченко Т.Б. // АПЕ. – 2013. – № 2. – С. 70-73.

- 59.Хвевик Ю.М. Сутність конкуренції та фактори впливу на стан ринкового конкурентного середовища / Хвевик Ю.М. // Інвестиції: практика та досвід. - 2009.-№4.- с. 53-57
- 60.Чупик Г.Р. Наукові підходи до визначення категорій «конкуренція» та «конкурентоспроможність» / Чупик Г.Р. // Вісник Львівської КА. – 2014. – № 22. – С. 55-58.
- 61.Швиданенко Г.О. Современная технология диагностики финансово - экономической деятельности предприятия. / Швиданенко Г.О., Олексик О.И. - К,: КНЕУ, 2012. - 192 с.
- 62.Школьний О.О. Конкурентні переваги за умов стратегічного підприємництва /О.О. Школьний// Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки.- 2005.- №6,Т.1.- С. 131-134.
- 63.Шубалий О.М. Методика порівняльної оцінки конкурентних переваг підприємств галузі ринку / Шубалий О.М. // Актуальні проблеми економіки - 2008.-№1.с. 70-77
- 64.Шубина Г. Мясные перспективы // Мясной бизнес. – 2016. - № 5. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.meatbusiness.ua/article>
- 65.Юданов А. Ю. Конкуренция: теория и практика: учеб. пособ. / А. Ю. Юданов. – 3-е изд., испр. и доп. – М.: Изд-во ГНОМ и Д, 2015. – 304 с.
- 66.Янковий О. Г. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: монографія / О. Г. Янковий. – Одеса : Атлант, 2013. – 470 с.
- 67.Янковий В. О. М'ясопереробна промисловість, стан і перспективи розвитку / В. О. Янковий // Харчова наука і технологія. — 2010. — № 11. — С. 90—95.