

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ЕКОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет навчально-консультаційний  
центр заочної освіти  
Кафедра публічного управління та  
менеджменту природоохоронної діяльності

Бакалаврська кваліфікаційна робота

на тему: Обґрунтування напрямів підвищення конкурентоспроможності

Виконав студент 5 року навчання  
групи У- 51  
напряму 6.030601 «Менеджмент».  
Айдинли Айхан

Керівник к.е.н., доц.  
Головіна Олеся Іванівна

Консультант

Рецензент к.е.н., доц.  
Шевчук Ніна Сергіївна

Одеса 2020

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ  
ОДЕСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ЕКОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет навчально-консультаційний центр заочної освіти  
Кафедра публічного управління та менеджменту природоохоронної діяльності  
Рівень вищої освіти бакалавр  
Напрямок 6.030601 «Менеджмент»

(шифр і назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри \_\_\_\_\_

Павленко О.П.

“06” квітня \_\_\_\_\_ 2020 року

З А В Д А Н Н Я  
НА БАКАЛАВРСЬКУ КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ

Айдинли Айхан

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи Обґрунтування напрямів підвищення конкурентоспроможності керівник роботи Головіна Олеся Іванівна к.е.н., доцент \_\_\_\_\_,  
( прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом закладу вищої освіти від “ 03” квітня 2020 року № 36-С

2. Строк подання студентом роботи 2 червня 2020 року

3. Вихідні дані до роботи матеріали періодичних видань, монографій, нормативно-правові акти, статті фахових збірників наукових робіт, матеріали сайтів Інтернет-мережі

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА, ОЦІНКА СТРАТЕГІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ СП «АГРОХОЛД-ЛТД», УДОСКОНАЛЕННЯ ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)

Шляхи підвищення конкурентоспроможності національного підприємства при виході на ринок Європейського Союзу, Напрями удосконалення системи стратегічного управління конкурентоспроможністю ТОВ СП «Агрохолд-ЛТД»  
Напрями удосконалення системи стратегічного управління конкурентоспроможністю ТОВ СП «Агрохолд-ЛТД», Матриця БКГ «зростання – частка ринку» ТОВ СП «Агрохолд-ЛТД», Матриця БКГ «зростання – частка ринку» ТОВ СП «Агрохолд-ЛТД», Побудова вектора конкурентної стратегії за методом SPACE для ТОВ СП «Агрохолд-ЛТД»



## ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	8
1.1. Поняття конкурентоспроможності підприємства.....	8
1.2. Сутність конкурентних маркетингових стратегій та умов їх формування в процесі становлення системи стратегічного управління сільськогосподарських підприємств.....	12
1.3. Процес розробки стратегії забезпечення конкурентоспроможності продукції підприємства.....	22
1.4. Проблеми формування та розвитку конкурентних маркетингових стратегій сільськогосподарських підприємств.....	28
РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА СТРАТЕГІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ СП «АГРОХОЛД-ЛТД».....	33
2.1 Аналіз фінансово – господарської діяльності підприємства ТОВ СП «АГРОХОЛД-ЛТД».....	33
2.2. Характеристика зовнішньоекономічної діяльності ТОВ СП «Агрохолд-ЛТД».....	45
2.3. Оцінка системи маркетингового управління на підприємстві ТОВ СП «Агрохолд-ЛТД».....	51
2.4. Оцінка конкурентоспроможності окремих видів українських зернових на світовому аграрному ринку.....	55
РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	61
3.1. PEST та SWOT- та аналіз діяльності підприємства ТОВ СП «Агрохолд-ЛТД».....	61
3.2. Обґрунтування стратегічних орієнтирів діяльності агропідприємства на основі матричного аналізу.....	64
3.3. Напрями удосконалення системи стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємства .....	69
3.4. Шляхи підвищення конкурентоспроможності національного підприємства при виході на ринок Європейського Союзу.....	75
ВИСНОВКИ.....	80
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....	83
ДОДАТКИ.....	88

## ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Успішне функціонування підприємств на ринку обумовлює виникнення ряду проблем, які пов'язані з формуванням їх конкурентного статусу в умовах загострення конкуренції на цільових ринках.

Зростання обсягів виробництва окремих видів сільськогосподарської продукції, насиченість внутрішнього продовольчого ринку імпортною продукцією та низький платоспроможний попит на неї стимулюють конкуренцію за участю сільськогосподарських виробників, що змушує їх концентрувати зусилля на виробництві високоякісної продукції, її збуті, пошуку нових форм організації та вдосконалення всієї системи виробництва.

Нині значна частина керівників сільськогосподарських підприємств не вважають за необхідність розробку і використання маркетингових конкурентних стратегій, основне призначення яких полягає в тому, щоб взаємо узгодити маркетингові цілі підприємства з його можливостями, вимогами споживачів; використати слабкі позиції конкурентів та свої конкурентні переваги.

Низька конкурентоспроможність вітчизняних товаровиробників є дуже небезпечним фактором, який може призвести до погіршення економічної безпеки країни. Тому, проблема розробки обґрунтованої маркетингової конкурентної стратегії аграрного підприємства є досить актуальною, оскільки відіграє важливу роль у збереженні та зміцненні його позицій на ринку.

Метою дипломної роботи є дослідження та обґрунтування теоретичних і практичних аспектів щодо розробки міжнародних маркетингових конкурентних стратегій аграрного підприємства з метою підвищення його конкурентоспроможності в ринкових умовах.

Для досягнення поставленої мети дипломної роботи були поставлені та вирішені наступні завдання:

- визначити поняття міжнародної конкурентоспроможності підприємства;

- визначити сутність конкурентних маркетингових стратегій та умов їх формування в процесі становлення системи стратегічного управління сільськогосподарських підприємств;

- розглянути процес розробки стратегії забезпечення конкурентоспроможності продукції підприємства;

- розглянути проблеми формування та розвитку конкурентних маркетингових стратегій сільськогосподарських підприємств;

- проаналізувати фінансово-господарську діяльність підприємства ТОВ СП «АГРОХОЛД-ЛТД»;

- дати характеристику зовнішньоекономічної діяльності ТОВ СП «Агрохолд-ЛТД»;

- оцінити систему маркетингового управління на підприємстві ТОВ СП «Агрохолд-ЛТД»;

- оцінити конкурентоспроможності окремих видів українських зернових на світовому аграрному ринку;

- виконати PEST та SWOT- та аналіз діяльності підприємства ТОВ СП «Агрохолд-ЛТД»;

- обґрунтувати стратегічні орієнтири діяльності агропідприємства на основі матричного аналізу;

- запропонувати напрями удосконалення системи стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємства;

- запропонувати шляхи підвищення конкурентоспроможності національного підприємства при виході на ринок Європейського Союзу.

База дослідження – ТОВ СП «Агрохолд-ЛТД».

Об'єктом дослідження – процес розробки стратегії забезпечення конкурентоспроможності продукції підприємства

Предметом дослідження є – удосконалення формування міжнародних конкурентних маркетингових стратегій.

В процесі виконання даної роботи були застосовані загальнонаукові методи: діалектичний підхід, принцип логічного і системного аналізу та синтезу, методи порівняльного аналізу, монографічний метод, метод експертних оцінок, SPACE-аналіз, метод розрахунку фінансових коефіцієнтів, графічний метод.

Інформаційна база. Теоретичним та практичним аспектам стратегічного маркетингу, а також розробці та використанню підприємствами конкурентних стратегій в умовах ринку приділена значна увага у працях зарубіжних вчених: І. Ансофф, Ф. Котлер, М. Книш, А. Літл, М. Мак-Дональд, Р. Майлз, М. Портер, Е. Райс, А. Стрікленд, А. Томпсон, Дж. О Шонессі, А. Юданов. Заслужують на увагу розробки щодо формування маркетингових стратегій підвищення конкурентоспроможності підприємств вітчизняних науковців: Л. Балабанової, В. Герасимчука, О. Зозульова, Ю. Іванова, О. Каніщенко, В. Кардаша, Н. Куденко, А. Старостіної, О. Тищенко та інших, а також фінансова звітність та дані досліджувального підприємства.

Практична цінність одержаних результатів полягає в тому, що вони представлені у вигляді конкретних рекомендацій і можуть бути використані керівництвом ТОВ СП «АГРОХОЛД-ЛТД», для підвищення ефективності діяльності підприємства на засадах маркетингу.

## ВИСНОВКИ

Міжнародна конкурентоспроможність продукції – це властивість товару забезпечувати задоволення певної потреби споживачів на зовнішньому ринку на більш високому рівні щодо співвідношення його ціни та якості у порівнянні з іншими товарами, з одночасним забезпеченням його виробникові вищої рентабельності ніж на внутрішньому ринку.

Маркетингова конкурентна стратегія — це загальна програма дій підприємства, яка спрямована на досягнення конкурентних переваг, задоволення потреб споживачів і досягнення маркетингових цілей з врахуванням внутрішніх та зовнішніх факторів.

Під час розробки маркетингової конкурентної стратегії аграрних підприємств, необхідно враховувати специфіку сільськогосподарського виробництва, а саме: залежність від природно-кліматичних умов, сезонність виробництва, взаємодію з живими організмами, розосередженість працівників на великій території тощо.

Розробка маркетингової конкурентної стратегії потребує узгодження цілей маркетингу із загальними цілями стратегії розвитку підприємства з метою забезпечення спільного розв'язання поставлених задач та посилення синергічного ефекту.

ТОВ СП «Агрохолд-ЛТД» - спільне українсько-угорсько-англійське сільськогосподарське підприємство. Компанія є найбільшим українським сільськогосподарським виробником, інвестором і експортером, одним із лідерів вітчизняного аграрного ринку.

Аналіз основних економічних показників ТОВ СП «Агрохолд-ЛТД» та оцінка його фінансового стану показали, що, незважаючи на зростання в останні роки сум чистого доходу та валового прибутку, підприємство має низку проблем в своїй діяльності: зменшення чистого прибутку, зниження значень показників рентабельності; відсутність власних обігових коштів.

Результати досліджень показали, що усі види зернових в Україні належать до групи конкурентоспроможної продукції, але спостерігалися значні коливання обсягів експорту українських зернових у різні роки (за винятком ячменю), що, у свою чергу, не можна назвати позитивним фактором.



ТОВ СП «Агрохолд-ЛТД» збільшує свою частку на світовому ринку завдяки добре побудованій системі управління конкурентоспроможністю. Сильними сторонами підприємства є наступні: унікальний досвід; наявність розвиненої мережі філій; наявність мережі нових сучасних лінійних елеваторів і річкових перевантажувальних терміналів; постійна і стабільна присутність на зерновому ринку, наявність міцних комерційних зв'язків з цілим рядом іноземних партнерів. Слабкою стороною, яка знижує конкуренто-спроможність підприємства на зовнішньому ринку, є недостатньо висока якість української кукурудзи. Невисока якість кукурудзи є причиною застосування підприємством стратегії низьких цін або стратегії прориву.

Для підвищення конкурентоспроможності ТОВ СП «Нубілон» постійно удосконалює технології. Однією із найважливіших складових цієї роботи є вдосконалення логістичної системи компанії «Агрохолд-ЛТД». Із 2009 року підприємство реалізує унікальну для української економіки інвестиційну програму із розвитку і створення сучасної інфраструктури зернового ринку, будівництва власного торгового флоту.

Виконані розрахунки за матрицею БКГ дозволяють зробити висновок про добре положення стосовно продажу культури зернових для досліджуваного підприємства, але для утримання цих позицій потрібно розвивати маркетингову діяльність, зміцнювати фінансовий стан та вдосконалювати виробництво ТОВ СП «Агрохолд-ЛТД».

Отже, можемо підвести підсумок, що саме ефективна стратегія розвитку в конкурентній боротьбі зумовлюють комерційний успіх підприємства. Найбільшого значення в стратегії управління конкурентоспроможністю мають: управління якістю продукції, що в час складних економічних відносин є основою забезпечення конкурентоспроможності; розробка і випуск нових товарів; комплексні дослідження ринку і планування маркетингу; організація роботи товарного апарату; реклама і стимулювання збуту; удосконалення продукції, що випускається; політика цін; стратегічна політика дій; удосконалення організаційної структури; вибір найефективніших каналів розподілу; зниження витрат обігу; кредитна політика і фінансування.

Для удосконалення системи стратегічного управління конкурентоспроможністю ТОВ СП «Агрохолд-ЛТД» запропоновано комплекс заходів, спрямованих на підвищення якості продукції, що експортується, скорочення витрат та модифікацію цінової політики підприємства.

Підвищення якості продукції, що експортується, можна досягти поліпшенням формування експортних партій сільськогосподарської сировини через впровадження сучасних методів контролю продукції; переглядом на державному рівні відповідних нормативних документів щодо стандартизації продукції; підвищенням вимог до якості транспортування зернових культур.

Зниження витрат на підприємстві пропонується досягти двома шляхами: впровадженням бюджетування, а також шляхом пошуку і застосування енергозберігаючих технологій. Першими кроками впровадження у ТОВ СП «Агрохолд-ЛТД» бюджетування є наступні: виділення центрів фінансової відповідальності (ЦФВ); розроблення для кожного ЦФВ системи ключових показників діяльності (КПД); створення Бюджетного комітету; закріплення за кожним із центрів фінансової відповідальності певного переліку бюджетів. Пошук енергозберігаючих технологій повинен бути спрямований на вивчення нових розробок українських та зарубіжних науковців у технології сушіння насіння кукурудзи.

В рамках заходів з удосконалення цінової політики пропонуються два напрями: застосування технічного аналізу інформації про розвиток ринку та вивчення і застосування світового досвіду державного регулювання експортних цін.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андросова Т.В. Методика оцінки міжнародної конкурентоспроможності підприємств / Т.В. Андросова, Л.О. Чернишова, В.О. Козуб [Електронний ресурс]. Режим доступу: [irbis-nbuv.gov.ua>cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis](http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis). (дата звернення 1.04.2020).
2. Ахмадов М.М. Конкурентоспособность фирмы: содержание категорий [Електронний ресурс]. / Режим доступу: [www.mstu.edu.ru](http://www.mstu.edu.ru). (дата звернення 1.04.2020).
3. Біляєв О.С. Методичне забезпечення оцінки конкурентоспроможності підприємств / О.С. Біляєв [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://eprints.kname.edu.ua/29849/1/59.pdf>. (дата звернення 1.04.2020).
4. Бойко Є.О. Шляхи підвищення міжнародної конкуренто-спроможності вітчизняних переробних підприємств харчової промисловості / Є.О. Бойко, Р.С. Решетнік // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. 2018. № 1(29). С. 50-54.
5. Борисюк І.О. Основні напрями підвищення конкурентоспроможності підприємства / І.О. Борисюк, А.В. Єрмоєнко [Електронний ресурс]. Режим доступу: [jrn1.nau.edu.ua/index.php/PPEI/article/download/](http://jrn1.nau.edu.ua/index.php/PPEI/article/download/). (дата звернення 1.04.2020).
6. Голубко Є.В. Суть та зміст конкурентоспроможності підприємства / Є.В. Голубко [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.kpi.kharkov.ua> (дата звернення 12.04.2020).
7. Грибов В. Конкурентоспособность предприятия / В. Грибов, В. Грузинов [Електронний ресурс]. Режим доступу: [www.inventech.ru](http://www.inventech.ru). (дата звернення 9.04.2020).
8. Довбенко В.І. Чинники підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств за умов глобалізації / В.І. Довбенко // Зовнішня торгівля: право та економіка. 2011. № 6 (35). С. 29-35.
9. Драган О.І. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теоретичні аспекти. Монографія. / Київ: ДАКККіМ, 2006. 160 с.
10. Каніщенко О.Л. Міжнародний маркетинг: Теорія і господарські ситуації: навч. посібник. / Київ: ІВЦ «Вид-во «Політехніка», 2004. 145 с.

11. Карпішена М.Г. Процес бюджетування на підприємствах, що здійснюють зовнішньоекономічну діяльність / М.Г. Карпішена [Електронний ресурс]. Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/2011\\_20/u1120kap.pdf](http://www.nbu.gov.ua/2011_20/u1120kap.pdf). (дата звернення 12.04.2020).
12. Карпюк В.П. Конкуренція: сутність і сучасні підходи до тлумачення / В.П. Карпюк [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://dspace.nbu.gov.ua>. (дата звернення 11.04.2020).
13. Клименко В. Зерно дорожче за золото або як у країнах-житницях світу регулюють ринок зерна / В. Клименко [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://agroconf.org>. (дата звернення 11.04.2020).
14. Коваль Л. Украинский экспорт вырастет на кукурузе [Електронний ресурс]. / Режим доступу: <http://economics.unian.net>. (дата звернення 11.04.2020).
15. Козик В.В. Міжнародні економічні відносини: навчальний посібник / Київ: Знання, 2008 [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://pidruchniki.com>. (дата звернення 8.04.2020).
16. Коркуна Д. Конкурентоспроможність підприємства: суть та її оцінка / Д. Коркуна // Вісник Львів. ун-ту. 2008. Вип. 40. С. 144-148.
17. Кузьмін О.Є. Бюджетування зовнішньоекономічної діяльності організацій: навч. посібник / О.Є. Кузьмін, О.Г. Мельник, О.В. Мукан. Львів: Видавництво «Растр-7», 2011. 338 с.
18. Курочкіна А.Ю. Економія енергоресурсів у процесі сушіння зерна / А.Ю. Курочкіна [Електронний ресурс]. Режим доступу: [http://storage.library.opu.ua/online/conference/tez\\_45/6-77.pdf](http://storage.library.opu.ua/online/conference/tez_45/6-77.pdf). (дата звернення 1.04.2020).
19. Лазаренко А.А. Методы оценки конкурентоспособности / А.А. Лазаренко // Молодой ученый. 2017. № 1. С. 374-377.
20. Мазур А.Г. Шляхи підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств / А.Г. Мазур, І.В. Ломачинська // Збірник наукових праць ВНАУ. 2013. № 1(54). С. 31-37.
21. Мелешко М.І. Механізми державного регулювання ринку зерна та шляхи його вдосконалення / М.І. Мелешко [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://intkonf.org>. (дата звернення 1.04.2020).

22. Міценко Н.Г. Конкурентоспроможність і конкурентні переваги підприємства в сучасних ринкових умовах / Н.Г. Міценко, О.С. Смик // Науковий вісник НЛТУ України. 2009. Вип. 19.3. С. 243-247.

23. Монастирський Г.Л. Теорія організації: навч. посіб. / Київ: Знання, 2008. 319 с. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://westudents.com.ua> (дата звернення 6.04.2020).

24. Мэрфи Дж. Технический анализ фьючерсных рынков: теория и практика [Електронний ресурс]. / Режим доступу: <http://volgafinans.com>. (дата звернення 6.04.2020).

25. Національний стандарт України «Кукурудза. Технічні умови. ДСТУ 4525:2006» [Електронний ресурс]. / Режим доступу: <http://august.in.ua>. (дата звернення 6.04.2020).

26. Немцов В.Д., Довгань Л.Є. Стратегічний менеджмент. / Київ, 2004. 559 с.

27. Озип И. Мировой рынок кукурузы: расстановка сил впечатляет [Електронний ресурс]. / Режим доступу: <http://www.apk-inform.com/ru/exclusive/topic/113702>. (дата звернення 5.04.2020).

28. Онищенко С.В. Упровадження бюджетування на вітчизняних підприємствах / С.В. Онищенко //Фінанси України. 2009. № 4. С. 45-50.

29. Педоренко М.А. Управління конкурентоспроможністю українських підприємств при виході на зовнішні ринки / М.А. Педоренко, Л.М. Римарева [Електронний ресурс]. / Режим доступу: [http://www.rusnauka.com/11\\_EISN\\_2010/Economics/64402.doc.htm](http://www.rusnauka.com/11_EISN_2010/Economics/64402.doc.htm). (дата звернення 5.04.2020).

30. Погребняк Д.В. Методи діагностики конкурентоспроможності підприємства / Д.В. Погребняк [Електронний ресурс]. Режим доступу: [jrn1.nau.edu.ua/index.php/PPEI/article/download/](http://jrn1.nau.edu.ua/index.php/PPEI/article/download/).(дата звернення 1.04.2020).

31. Портер М. Міжнародна конкуренція: Пер. з англ. / Москва: Міжнародні відносини, 1993. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.e-reading.club>. (дата звернення 1.04.2020).

32. Прокопець Л.В. Складові підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств / Л.В. Прокопець // Збірник наукових праць Буковинського університету. 2011. № 7. С. 37-47.

33. Романко О.П. Конкурентоспроможність машинобудівного підприємства: сутність та властивості / О.П. Романко [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/992/1/87.pdf>. (дата звернення 1.04.2020).

34. Сайт ТОВ СП «Агрохолд-ЛТД» [Електронний ресурс]. / Режим доступу: <http://www.nibulon.com/>. (дата звернення 31.03.2020).

35. Сіваченко І.Ю. Управління міжнародною конкуренто-спроможністю підприємств: навч. посіб. / За ред. І.Ю. Сіваченка, Ю.Г. Козака, Н.С. Логвінової. Київ: Центр учбової літератури, 2010. 312 с.

36. Сідун В.А. Економіка підприємства: навч. посібник / В.А. Сідун, Ю.В. Пономарьова. Київ: Центр навчальної літератури, 2006 [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://ebooktime.net/> (дата звернення 13.04.2020).

37. Стадник В.В. Стратегія диверсифікації в управлінні міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: монографія / В.В. Стадник, М.А. Йохна, Г.О. Соколюк. Хмельницький: ХНУ, 2016. 202 с.

38. Стюрко М. Проблема енергозбереження при сушінні насіння кукурудзи / М. Стюрко, Л. Бондарь [Електронний ресурс]. Режим доступу: [http://econ.f.at.ua/publ/konferencija\\_2018\\_03\\_19\\_20/](http://econ.f.at.ua/publ/konferencija_2018_03_19_20/). (дата звернення 13.04.2020).

39. Україна щороку втрачає близько \$500 млн. при експорті кукурудзи [Електронний ресурс]. / Режим доступу: <http://hipzmag.com>. (дата звернення 15.04.2020).

40. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации. / Москва: Изд-во Эксмо, 2005. 544 с. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.twirpx.com/file/545311/>. (дата звернення 15.04.2020).

41. Холленсен Свен. Глобальный маркетинг / Е. Носов (пер.с англ.), К. Юрашкевич (пер.с англ.). Минск: ООО "Новое знание", 2004. 832 с. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.twirpx.com> (дата звернення 1.04.2020).

42. Циганкова Т.М. Управління міжнародним маркетингом: Навч. посібник. / Київ: КНЕУ, 2011. 132 с.
43. Черевань В.П. Міжнародна економічна діяльність / В.П. Черевань, А.П. Румянцев, Л.Ф. Романенко. Київ: Слово, 2013. 278 с.
44. Черевко Д.Г. Характеристика конкурентоспроможності підприємства в економічній системі АПК / Д.Г. Черевко, О.А. Сікора, Г.Б. Іваницька // Вісник Сумського національного аграрного університету. 2018. Випуск 4(63). С. 112-117.
45. Чудова п'ятірка. Найбільші зернові експортери сезону [Електронний ресурс]. / Режим доступу: <http://www.epravda.com.ua/publications/2018/08/6/553674/> (дата звернення 1.04.2020).
46. Шершньова З.Є. Стратегічне управління: Підручник. / Київ: КНЕУ, 2004. 699 с.
47. Шкардун В. Оценка готовности предприятия к реализации маркетинговой стратегии/ В. Шкардун, Т. Ахтямов // Маркетинг 2011. №3. С. 79-83.
48. Шубін О.О. Економічна стратегія підприємств в умовах конкурентного середовища. Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук. / Донецьк, Інститут економіки промисловості НАН України. 2009, 36 с.
49. Уткин Э.А. Стратегическое планирование [Текст]: учебник / Москва: «Тандем», ЭКМОС, 2008. 440с.
50. Юлегіна І.В. Управління міжнародним маркетингом. Навчальний посібник. / Харків: Вид. ХНЕУ, 2009. 160 с.
51. Экономическая стратегия фирмы: учеб. пособие / Под ред. А.П.Градова. Санкт-Петербург: Спецлит, 2006. 328 с.