

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ  
КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач випускової кафедри

\_\_\_\_\_ Тетяна КНЯЗЄВА

“ \_\_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2023 р

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)

ЗДОБУВАЧА ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВР

СПЕЦІАЛЬНОСТІ 075 «МАРКЕТИНГ»

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «МАРКЕТИНГ»

Тема: «Маркетингове дослідження конкурентоспроможності продукції ТОВ  
«МК «Галичина»»

Виконавець: Шовкова Дар'я Андріївна

Керівник: д.е.н., професор Полоус Ольга Вікторівна

Нормоконтролер: д.е.н., професор Полоус Ольга Вікторівна

КИЇВ 2023

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
Факультет економіки та бізнес-адміністрування  
Кафедра маркетингу  
Спеціальність: 075 «Маркетинг»  
Освітньо-професійна програма: «Маркетинг»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач випускової кафедри

\_\_\_\_\_ Тетяна КНЯЗЄВА

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2023 р.

**ЗАВДАННЯ**  
**на виконання кваліфікаційної роботи**  
Шовкова Дар'я Андріївна

1. Тема роботи «Маркетингове дослідження конкурентоспроможності продукції ТОВ «МК «Галичина»» затверджена наказом ректора від 30.03.2023 року № 433/ст.
2. Термін виконання роботи: з 22.05.2023 року по 25.06.2023 року
3. Вихідні дані до роботи: статистичні дані, нормативно-правова база, електронні інформаційні джерела, матеріали періодичних видань
4. Зміст пояснювальної записки: вступ; теоретичні основи маркетингового дослідження конкурентоспроможності продукції підприємства; аналіз конкурентоспроможності продукції ТОВ «МК «Галичина»» висновки.
5. Перелік обов'язкового графічного матеріалу: виробництво молока сирого коров'ячого в світі за 2018-2022рр., млн тон; основні показники молочної галузі в Україні за 2020-2022 рр.; лідери-виробники молочної продукції за 2021 р., %; основні відомості про ТОВ «МК «Галичина»»; експертна оцінка конкурентного середовища компанії «МК «Галичина» на основі моделі п'яти сил М. Портера; характеристика головних конкурентів ТОВ «МК «Галичина»»; експертна оцінка параметрів якості продукції; розрахунок відношення продукту ТОВ «МК «Галичина» до конкурентних продуктів; оцінка конкурентоспроможності товарів ТОВ «МК «Галичина» методом семантичного диференціалу; матриця БКГ товарного портфелю ТОВ «МК «Галичина»»; шляхи підвищення конкурентоспроможності продукції ТОВ «МК «Галичина»»; процес розробки та впровадження інноваційних технологій та оновлення матеріально-технічної бази для ТОВ «МК «Галичина»»

## 6. Календарний план-графік

№ п/п	Завдання	Термін виконання	Підпис керівника
1.	Видача завдання	22.05.2023	
2.	Збір та обробка статистичної інформації	23.05.2023-24.05.2023	
3.	Вивчення стану проблем, опрацювання джерел	25.05.2023-26.05.2023	
4.	Написання теоретичної частини	27.05.2023-29.05.2023	
5.	Написання аналітичної частини	30.05.2023-02.06.2023	
6.	Написання вступу та висновків	03.06.2023-04.06.2023	
7.	Оформлення пояснювальної записки, наочного та графічного матеріалу, підготовка доповіді	05.06.2023	
8.	Перевірка на плагіат	06.06.2023-07.06.2023	
9.	Проходження нормо контролю, перевірка на плагіат, оформлення документів до захисту, рецензування роботи, подання роботи на кафедру	08.06.2023-11.06.2023	
10.	Передзахист, оформлення документів до захисту, рецензування роботи, подання роботи на кафедру	12.06.2023-14.06.2023	

7. Дата видачі завдання: 22.05.2023 р.

Керівник кваліфікаційної роботи \_\_\_\_\_ Ольга ПОЛОУС  
(підпис керівника) (П.І.Б.)

Завдання прийняла до виконання \_\_\_\_\_ Дар'я ШОВКОВА  
(підпис здобувача) (П.І.Б.)

## АНОТАЦІЯ

Пояснювальна записка до кваліфікаційної роботи «Маркетингове дослідження конкурентоспроможності продукції ТОВ «МК «Галичина»» 77 с., 6 рис., 16 табл., 46 літературних джерел.

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ, КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА, КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПРОДУКЦІЇ, МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ, ОЦІНКА, МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ, ПРОСУВАННЯ, МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ

Об'єктом дослідження є науково-практичні підходи до визначення та підвищення конкурентоспроможності продукції виробничого підприємства. Предметом дослідження виступає конкурентоспроможність продукції ТОВ «МК «Галичина»» та шляхи її підвищення на основі вироблених теоретико-практичних рекомендацій.

Метою дослідження є вироблення теоретико-практичних рекомендацій щодо підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства, яке функціонує на ринку молочної продукції на основі проведення маркетингового дослідження ринку та товарної пропозиції.

На основі проведеного дослідження було надано пропозиції щодо підвищення конкурентоспроможності продукції ТОВ «МК «Галичина»», що можуть бути використані у маркетинговій діяльності підприємства при вдосконаленні політики збуту.

Результати дослідження були апробовані на ХХІІІ Міжнародній науково-практичній конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених: Шовкова Д. Ключові тенденції розвитку світового та українського ринків молочної продукції. Тези доповідей ХХІІІ Міжнародної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених. Київ, 2023. С. 30-31.

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	6
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МАРКЕТИНГОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА</b> .....	<b>9</b>
1.1 Маркетинговий та економічний зміст поняття «конкурентоспроможність продукції» .....	9
1.2. Фактори, що впливають на конкурентоспроможність продукції підприємства .....	14
1.3. Теоретико-методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності продукції підприємства .....	20
Висновок до першого розділу.....	28
<b>РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ТОВ «МК «ГАЛИЧИНА»»</b> .....	<b>30</b>
2.1. Діагностика тенденції розвитку світового та українського ринків молочної продукції .....	30
2.2. Аналіз фінансово-економічних показників діяльності ТОВ «МК «Галичина»» .....	39
2.3. Аналіз конкурентоспроможності продукції ТОВ «МК «Галичина»»	49
2.4. Рекомендації щодо шляхів підвищення конкурентоспроможності продукції ТОВ «МК «Галичина»» .....	62
Висновок до другого розділу.....	67
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	<b>69</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	<b>73</b>

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Оцінка рівня конкурентоспроможності товару є найважливішою передумовою комерційного успіху підприємств, що функціонують на засадах маркетингу. Для виживання в ринкових умовах вітчизняні підприємства повинні виробляти лише те, що має стійкий попит на ринку. В іншому випадку, в сучасних умовах господарювання підприємствам гарантовані такі проблеми: переповнені склади, неплатежі, відсутність оборотних коштів на закупівлю сировини та матеріалів, зупинення виробництва. Багато вітчизняних підприємств сьогодні вирішують саме ці проблеми.

В умовах високої насиченості товарних ринків, перевищення на них пропозиції над попитом кожен товаровиробник та продавець змушений вести жорстку боротьбу за перевагу споживача. Багато товарів одночасно пропонують однакові або різні способи задоволення однієї і тієї ж потреби покупця на рівних або незначно змінних цінових умовах. У цій ситуації перевага споживача надається товару, який у маркетингу визначається як конкурентоспроможний.

Забезпечення та формування конкурентоспроможності молочної продукції є актуальним завданням для вітчизняних молокопереробних підприємств. Адже для виробника важливо не тільки вийти на ринок зі своїм продуктом, але і утриматися на ньому, отримуючи при цьому прибуток і збільшуючи обсяг продажу. Підприємства молочної промисловості змушені конкурувати не тільки із зарубіжними виробниками, які мають багатий досвід та фінансові ресурси, а й між собою.

Для того, щоб підприємству закріпити свої позиції над ринком серед безлічі конкурентів, його продукт може бути конкурентоспроможний, тобто мати комплекс споживчих та вартісних характеристик товару, які визначають його успіх на ринку. Конкуренція змушує виробника займатися системою якості, покращенням сервісу, вивченням потреб покупців. Саме тому дана тема є актуальною для дослідження.

**Мета дослідження.** Метою дослідження є вироблення теоретико-практичних рекомендацій щодо підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства, яке функціонує на ринку молочної продукції на основі проведення маркетингового дослідження ринку та товарної пропозиції.

**Завдання дослідження.** На основі поставленої мети, були сформовані такі завдання роботи:

- розглянути маркетинговий та економічний зміст поняття «конкурентоспроможність продукції»;
- визначити фактори, які впливають на конкурентоспроможність продукції підприємства;
- навести теоретико-методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності продукції;
- провести діагностику тенденції розвитку світового та українського ринків молочної продукції;
- проаналізувати фінансово-економічні показники діяльності ТОВ «МК «Галичина»»;
- проаналізувати конкурентоспроможність продукції ТОВ «МК «Галичина»»;
- надати рекомендації щодо шляхів підвищення конкурентоспроможності продукції ТОВ «МК «Галичина»».

**Об'єкт і предмет дослідження.** Об'єктом дослідження є науково-практичні підходи до визначення та підвищення конкурентоспроможності продукції виробничого підприємства. Предметом дослідження виступає конкурентоспроможність продукції ТОВ «МК «Галичина»» та шляхи її підвищення на основі вироблених теоретико-практичних рекомендацій.

**Методи дослідження.** При виконанні кваліфікаційної роботи були використані наступні методи дослідження: системно-структурний аналіз, метод порівняльного аналізу, метод семантичного диференціалу, метод інтегрального показника, методи математичної статистики та графічного зображення. Крім цього, було проведено аналіз конкурентного середовища задля вивчення та

аналіз діяльності основних конкурентів на ринку, їх стратегій, сильних і слабких сторін, а також можливих загроз та можливостей для ТОВ "МК "Галичина"; здійснено аналіз продажів та ринкової долі задля вивчення динаміки продажів продукції ТОВ "МК "Галичина" та розподілу ринкової долі серед конкурентів, що допомогло зрозуміти ефективність маркетингових стратегій та визначити переваги і недоліки продукції; аналіз цінової політики задля дослідження цінових стратегій конкурентів та визначення цінових переваг та конкурентних переваг продукції ТОВ "МК "Галичина".

**Методологічну основу** дослідження склали законодавчі та нормативні документи, довідкова та періодична вітчизняна література, зарубіжна література, результати опубліковані у науковій літературі та періодичних виданнях, статистичні дані Державної служби статистики, а також власні розробки автора.

**Значущість виконаної роботи:** запропоновано розширити асортимент за рахунок впровадження нової дитячої лінії молочної продукції; запропоновано розробити та впровадити інноваційні технології, оновити застарілу матеріальну-технічну базу, а також залучати додаткові інвестиції для розширення виробничих можливостей.

**Прогнозні припущення про розвиток об'єкту і предмету дослідження:** ТОВ «МК «Галичина»» має достатній потенціал для посилення конкурентної позиції продукції на українському молочному ринку.

**Наукова новизна отриманих результатів.** На основі проведеного дослідження було надано пропозиції щодо підвищення конкурентоспроможності продукції ТОВ «МК «Галичина»», що можуть бути використані у маркетинговій діяльності підприємства при вдосконаленні політики збуту.

**Апробація отриманих результатів.** Результати дослідження були апробовані на ХХІІІ Міжнародній науково-практичній конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених: Шовкова Д. Ключові тенденції розвитку світового та українського ринків молочної продукції. Тези доповідей ХХІІІ Міжнародної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених. Київ, 2023. С. 30-31.

## ВИСНОВКИ

На основі проведення маркетингового дослідження конкурентоспроможності продукції ТОВ «МК «Галичина»» було зроблено наступні ключові висновки:

1. Оцінка конкурентного середовища дозволяє оцінити конкурентне середовище, в якому працює підприємство. Це включає аналіз конкурентів, їхньої продукції, маркетингових стратегій, цінової політики та інших факторів, що впливають на ринок молочної галузі. Це дає змогу зрозуміти, як підприємство позиціонується порівняно з конкурентами і які переваги можна розвивати.

2. Маркетингове дослідження дозволяє виявити сильні і слабкі сторони продукції ТОВ «МК «Галичина»». Це можуть бути якість продукції, бренд, дистрибуція, ціноутворення, маркетингова комунікація та інші аспекти. Визначення цих аспектів дозволяє підприємству зосередитися на покращенні слабких сторін і розвитку сильних сторін, що підвищує його конкурентоспроможність.

3. Маркетингове дослідження надає базу для розробки стратегій та рекомендацій щодо поліпшення конкурентоспроможності продукції. На основі зібраної інформації та аналізу ринкових тенденцій можна визначити оптимальні шляхи розвитку, напрямки маркетингових зусиль, впровадження нових технологій чи продуктових інновацій.

Для подальшого дослідження, спочатку було розглянуто маркетинговий та економічний зміст поняття «конкурентоспроможність продукції». Було визначено, що конкурентоспроможність є ключовим фактором успіху на ринку, оскільки вона дозволяє забезпечити стабільну позицію підприємства, залучати інвестиції та ринкові ресурси, забезпечувати зростання обсягів продажів та виживати в умовах змін.

Далі було визначено фактори, що впливають на конкурентоспроможність продукції, але варто зазначити, що у науковій літературі відсутні загальні підходи до визначення «чинники конкурентоспроможності товарів» та їх

систематизації. Автори оперують такими поняттями як макроекономічні та мікроекономічні фактори, цінові та нецінові фактори, збутові, сервісні, маркетингові тощо, представляючи різні визначення «чинників конкурентоспроможності товарів», їх класифікацію за різними ознаками, поділ на рівні та групи за ступенем впливу на конкурентоспроможність товару.

Для подальшого аналізу конкурентоспроможності продукції підприємства ТОВ «МК «Галичина»», було визначено теоретично-методичні підходи до її оцінки. Було розглянуто такий метод оцінки, як метод інтегрального показника, метод семантичного диференціалу та аналіз товарного портфелю завдяки матриці БКГ.

Далі в роботі було проаналізовано світовий ринок молочної галузі. В результаті визначено, що на світовому ринку був присутній дисбаланс попиту та пропозиції на молоко, така ситуація склалася через скорочення виробництва молока та поставок на зовнішні ринки в умовах великого китайського попиту.

Щодо українського молочного ринку, то він наразі переживає не найкращі часи, хоча поступово пристосовується до умов на ринку та в країні. У 2022 році відбулося різке скорочення обсягів виробництва молока, протягом минулих років теж простежувалася поступова тенденція до зниження. Таке скорочення обсягу було пов'язано зі зниженням платоспроможності населення, втратою російського ринку, а також з появою коронавірусу. В минулому році до цих проблем додалися ще така, як повномасштабне вторгнення росії до України.

Український молочний ринок стикнувся з великою кількістю проблем таких, як обмеження експорту молока, скорочення поголів'я корів, збільшення собівартості виробництва, скорочення обсягу споживання, відсутність дієвого інструменту кредитування та багато інших.

Також для подальшого аналізу важливим було визначення лідерів виробників української молочної продукції. У 2021 році ними були такі компанії, як ТОВ «Люстдорф», ТОВ «Терра Фуд», ПП «Біагр», ТОВ «МК «Галичина», ТОВ «Лубенський молочний завод» та інші.

У другому розділі дипломної роботи було проаналізовано фінансово-економічний стан ТОВ «МК «Галичина»». Досліджувана компанія є однією з провідних компаній в галузі молочної продукції в Україні. Компанія пропонує широкий асортимент молочних продуктів, включаючи молоко, сир, йогурт, вершки та інші продукти.

ТОВ «МК «Галичина»» демонструє позитивну динаміку збільшення активів, зокрема необоротних та оборотних активів, а також основного капіталу. Це може свідчити про успішну роботу компанії, зростання виробничих масштабів та фінансову стабільність. Також визначили, що компанія демонструє позитивний розвиток, оскільки більшість показників показують покращення у порівнянні з попереднім роком. Визначили, що компанія має тенденцію зростання фінансової автономності свідчить про збільшення ролі власних ресурсів у фінансуванні компанії і її фінансову стійкість.

Загалом, на підставі аналізу фінансово-економічного стану підприємства можна стверджувати, що ТОВ «МК «Галичина»» має стабільну фінансову позицію та здатність до подальшого розвитку.

Щодо конкурентоспроможності підприємства, то було здійснено її аналіз завдяки моделі п'яти сил М. Портера і визначено, що ТОВ «МК «Галичина»» має досить сильну конкурентну позицію по відношенню до конкурентного середовища.

Далі було здійснено аналіз конкурентоспроможності продукції досліджуваної компанії методом інтегрального показника та визначено, що питний йогурт «Галичина» є конкурентоспроможним по відношенню до конкурента – питного йогурта компанії «Люстдорф». Але важливо зазначити, що по відношенню до даного конкурента він є менш конкурентоспроможним. Тому необхідно бути особливо уважним до цієї компанії.

Завдяки методу семантичного диференціалу було також визначено, що продукція молочної компанії є конкурентоспроможною, але потребує її вдосконалення та посилення її позиції на молочному ринку.

Завдяки матриці БКГ було визначено позицію продукції товарного портфелю компанії. Більшість продукції відноситься до таких груп, як «дійні корови» та «зірки». Отже, продукція ТОВ «МК «Галичина»» має певні сильні сторони, такі як висока якість, натуральність і надійність. Ці фактори створюють певну конкурентну перевагу на ринку. Однак, існують можливості для поліпшення конкурентоспроможності продукції. Визначили, що потрібно звернути увагу на розширення асортименту, вдосконалення виробничих процесів та інвестиції в дослідження та розробку нових продуктів і технологій.

В результаті було запропоновано розширити асортимент за рахунок впровадження нової дитячої лінії молочної продукції. Було запропоновано розробити та впровадити інноваційні технології, оновити застарілу матеріальну-технічну базу. До того ж, посиленню конкурентної позиції продукції ТОВ «МК «Галичина»» може сприяти залучення додаткових інвестицій для розширення можливостей підприємства, його підтримки та сприянню виходу підприємства на нові зовнішні ринки.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бакай В.Й., Ліннік Д.В. Особливості визначення та оцінки конкурентоспроможності продукції підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2021. № 6, Том 1. С. 272-279.
2. Баланси та споживання основних продуктів харчування населенням України за 2022 рік. URL: <http://surl.li/hnzpt> (дата звернення 18.05.2023).
3. В умовах воєнного стану молочна галузь продовжує працювати. *Голос України*. URL: <http://surl.li/hnzxa> (дата звернення 18.05.2023).
4. Голда Надія. Конкурентоспроможність підприємств у контексті сталого розвитку. *Електронне наукове фахове видання «Соціально-економічні проблеми і держава»*. 2021. № 2 (25). С. 602-609.
5. Герасимова В. О., Резанов Е. О. Конкурентоспроможність підприємства: сутність та фактори впливу в сучасних умовах. *Економічний простір*. 2020. №154. С. 93-97.
6. Довгаль О.В. Місце України на світовому ринку молочної продукції. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія: «Економічні науки»*. 2020. № 6. С. 243-249.
7. Дашутіна Л. О. Теоретико-методологічні основи оцінки конкурентоспроможності підприємства. *Сучасний менеджмент, тенденції, проблеми та перспективи розвитку: матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції*, ( м. Дніпро, 2019 р.). Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля, 2019. С. 81-83.
8. Зарубіжні медіа про українську молочну галузь. URL: <http://surl.li/hnztw> (дата звернення 16.05.2023).
9. Звітність українських підприємств Державної податкової служби України. URL: <https://tax.gov.ua> (дата звернення 15.05.2023).
10. Звіт незалежних аудиторів та фінансова звітність ТОВ «МК «Галичина»» за 2021 рік. URL: <https://galychyna.com.ua/zvit-auditoryv-2021-rik/> (дата звернення 15.05.2023).

11. Звіт незалежних аудиторів та фінансова звітність ТОВ «МК «Галичина» за 2022 рік. URL: [https://clarity-project.info/edr/39685014/finances?current\\_year=2022](https://clarity-project.info/edr/39685014/finances?current_year=2022) (дата звернення 15.05.2023).

12. Зміни у молочній галузі за рік війни: результати першої експертної зустрічі. URL: [https://export.gov.ua/news/4644-zmini\\_u\\_molochnii\\_galuzi\\_za\\_rik\\_viiini\\_rezultati\\_pershoi\\_ekspertnoi\\_zustrichi](https://export.gov.ua/news/4644-zmini_u_molochnii_galuzi_za_rik_viiini_rezultati_pershoi_ekspertnoi_zustrichi) (дата звернення 15.04.2023).

13. Зданевич О.В. Сутність конкуренції та методика оцінки конкурентоспроможності підприємства. Менеджмент XXI століття: сучасні моделі, стратегії, технології. Вінниця: Центр підготовки наукових та навчально-методичних видань ВТЕІ КНТЕУ, 2019. Ч. 1.747. С. 532.

14. Злидник М.І. Методологія оцінювання конкурентоспроможності продовольчої продукції. *Економічний простір*. 2021. №168. С. 37-43.

15. Іванченкова Л. Конкурентоспроможність як сучасна економічна категорія. *Молодий вчений*. 2019. №7 (71). С. 129-133.

16. Інформаційно-аналітичний звіт по ринкам молочних виробів за квітень-травень. URL: <http://surl.li/hnzpc> (дата звернення 16.05.2023).

17. Капустіна К. Як війна-2022 змінює ринок молока в Україні. URL: <http://surl.li/hnzsrg> (дата звернення 11.05.2023).

18. Красняк О.П., Мицик В.О. Конкурентоспроможність і конкурентні переваги підприємства в сучасних ринкових умовах. *Ефективна економіка*. 2019. № 11. С. 9.

19. Костецька Н.І. Модель п'яти сил М. Портера як інструмент аналізу галузевих ринків. *Інноваційна економіка*. 2022. №4. С. 131-135.

20. Курій Н. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства. Матеріали XI регіональної науково-практичної інтернет-конференції молодих вчених та студентів «Маркетингові технології підприємств в сучасному науково-технічному середовищі». 2020. С. 79-80.

21. Литвин А. Зміна курсу на 180 градусів: як війна змінила молочну галузь і експортні ринки. *Економічна правда*. 2022. URL: <http://surl.li/hnzsuy> (дата звернення 03.05.2023).

22. Офіційний сайт ТОВ «МК «Галичина»». URL: <https://galychyna.com.ua> (дата звернення 15.05.2023).
23. Офіційний сайт компанії АТ «Молочний Альянс». URL: <https://milkalliance.com.ua/company/about-us/> (дата звернення 18.05.2023).
24. Офіційний сайт компанії конкурента ТОВ «Люстдорф». URL: <https://www.loostdorf.com/about-company/about-us/> (дата звернення 18.05.2023).
25. Міхалець І.П. Сутність поняття «конкурентоспроможності підприємств». Проблеми обліково-аналітичного забезпечення управління підприємницькою діяльністю: зб. матер. ІV Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Полтава, 24 жовтня 2019 р.). Полтава: ПДАА, 2019. С. 469-471.
26. Міщук І.П. Актуальні проблеми забезпечення конкурентоспроможності продукції АПК України. *Вісник ЛТЕУ. Економічні науки*. 2021. №64. С. 5-13.
27. Пахуча Е.В., Бабика В.О., Клепчева О.В. Сучасні підходи до визначення поняття «конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств». *Вісник ХНАУ. Серія : Економічні науки*. 2021. № 1. С. 98-110.
28. Попко О.В. Маркетингове дослідження світового ринку молочної продукції та місця України в ньому. *Вестник экономической науки Украины*. 2019. №1 (36). С. 106-113.
29. Полоус О.В., Баранюк А.Ю. Управління екологічним маркетингом як фактор підвищення конкурентоспроможності інжинірингових послуг. *Економічний вісник Дніпровської політехніки*. 2022. № 4 (80). С. 64-71. DOI: <https://doi.org/10.33271/ebdut/80.064>
30. Сарай Н. Система факторів впливу на конкурентоспроможність підприємств регіону. *Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України*. 2019. №23. С. 40-44.
31. Скачков С.В. Україна на світовому ринку молочної продукції: проблеми та перспективи розвитку. Всеукраїнська науково-технічна конференція магістрантів і студентів ТДАТУ, 2019. С. 101.

32. Суханова А. Методичні підходи до оцінювання конкурентоспроможності підприємства. *Економіка та суспільство*. 2021. Випуск 26. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/382/369>

33. Ткаченко А.М., Колесник Е.О. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства. *Науковий вісник ПУЕТ. Серія «Економічні науки»*. 2020. №4 (95). С. 14-21.

34. Цимбаревич Є. Якість продукції як визначальний фактор конкурентоспроможності підприємства. Проблеми і тенденції розвитку сучасної економіки в умовах інтеграційних процесів: теоретичні та практичні аспекти: матеріали IV Міжнародної науковопрактичної конференції, Херсон, 16-18 жовтня 2019 р. / Упоряд. Т. Казакова. Херсон, вид-во ФОП Вишемирський В.С., 2019. С. 193.

35. Черешнюк О.М, Шухманн В.А. Фактори впливу на конкурентоспроможність підприємства. Матеріали Міжнародної науково-практична Інтернет-конференції «Облік, оподаткування і контроль: теорія та методологія» (23 грудня 2020 року). Тернопіль, 2020. С. 150-152.

36. Чернишова М.О. Стратегічний аналіз товарного асортименту підприємства. Матеріали X Всеукраїнської науково-технічної конференції здобувачів вищої освіти за підсумками досліджень (6-10 лютого 2023 р., м. Мелітополь). Мелітополь, 2023. С. 42.

37. Юданов А.Ю. Обґрунтування напрямів підвищення рівня конкурентоспроможності продукції підприємства. Сучасні напрями розвитку економіки, підприємництва, технологій та їх правового забезпечення: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції / відповід. за вип. : проф. Семак Б. Б. Львів: вид-во Львівського торговельно-економічного університету, 2021. С. 210.

38. Шевчук Н.А., Сербін О.О. Аналіз шляхів підвищення конкурентоспроможності продукції. *Сучасні проблеми економіки і підприємництва*. 2020. №25. С. 84-89.

39. Шульга М.О. Розроблення напрямів підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Підприємництво та інновації*. 2020. №12. С. 135-141.

40. Шигимага С.Д. Молочне скотарство, як основа забезпечення продовольчої незалежності. Управління розвитком соціально-економічних систем: матеріали VI Міжнар. наук.-практ. конференції. Харків: ДБТУ, 2022. С. 146-148.

41. Методичні рекомендації до виконання кваліфікаційної роботи для здобувачів ОС «Бакалавр» та ОС «Магістр» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» ОПІ «Маркетинг», «Електронний маркетинг», «Міжнародний маркетинг». / Уклад.: Т.В. Князева, О.В. Полоус, А.В. Шевченко, Г.А. Радченко, І.Г. Михальченко. К: НАУ, 2022. 80 с.

42. Князева Т.В., Полоус О.В. Фактори впливу на конкурентоспроможність авіатранспортних послуг в світогосподарській системі. Наукові перспективи. Сер. «Економіка». 2022. С. 128-141.

43. Кучер Л., Хелдак М., Ороховська Л. Оцінка готовності аграрних підприємств до впровадження інноваційних проєктів. *Agricultural and Resource Economics: International Scientific. E-Journal*. 2023 Vol. 9, No. 1. P. 224-259.

44. Смерічевський С.Ф., Зацаринін С.А. Маркетингова стратегія просування інноваційних продуктів. *Маркетинг і цифрові технології*. 2022, том 6, №1. С. 21-31.

45. Хороших В.В., Клімова О.І. Методологія управління конкурентоспроможністю інноваційних промислових технологій підприємств машинобудування. *Проблеми системного підходу в економіці*. Вип. 3 (1), 2018. С. 74-80.

46. Tkachenko, T., Pohrebniak, A., Radchenko, H., Liubokhynets, L., & Budnik, M. (2022). Methodical principles of the competitiveness assessment of industrial enterprises in the conditions of the circular economy formation. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*, 44(1), 95–102. <https://doi.org/10.15544/mts.2022.10>