

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

(ПОЯВСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)

ЗДОБУВАЧА ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВР
СПЕЦІАЛЬНОСТІ 075 «МАРКЕТИНГ»
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «МАРКЕТИНГ»

Тема: «Аналіз конкурентного середовища ТзОВ «1001 дрібниця» на ринку будівельних інструментів»

Виконавець: Єгоров Олексій Сергійович

Керівник: к.е.н., доцент Михальченко Інна Григорівна

Нормоконтролер: к.е.н., доцент 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

Єгорова Олексія Сергійовича

1. Тема роботи «Аналіз конкурентного середовища ТзОВ «1001 дрібниця» на ринку будівельних інструментів» затверджена наказом ректора від 30.03.2023 року № 433/ст
2. Термін виконання роботи: з 22.05.2023 року по 23.06.2023 року
3. Вихідні дані роботи: літературні джерела, статистичні звіти про діяльність ТзОВ «1001 дрібниця», сайти, періодичні видання.
4. Зміст пояснювальної записки: вступ, теоретичні основи аналізу конкурентного середовища підприємства, практичні основи аналізу конкурентного середовища підприємства, висновки.
5. Перелік обов'язкового ілюстративного матеріалу: підходи до визначення поняття «конкурентоспроможність», складові конкурентних переваг, конкурентні переваги сил Портера, чинники впливу на конкурентне середовище, графік сезону продажів для ринку будівельних інструментів, обсяги виробленої будівельної продукції, характеристика відомих брендів на ринку будівельних інструментів, типізація товарів будівельного ринку України, лідери електроінструментів в Україні, характеристика стратегій та каналів комунікацій на ринку будівельних інструментів, SWOT-аналіз ринку будівельних інструментів, організаційна структура управління ТзОВ «1001 Дрібниця», капітал ТзОВ «1001 Дрібниця», характеристика конкурентів, оцінка розвитку будівельного ринку в Україні, основні групи-лідери на українському ринку будівельних інструментів.

6. Календарний план-графік

№ пор.	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 нормоконтролю	08.06.2023- 11.06.2023	
10.	Передзахист, оформлення документів до захисту, рецензування роботи, подання роботи на кафедрі	12.06.2023- 14.06.2023	

7. Дата видачі завдання 22.05.2023 р.

Керівник кваліфікаційної роботи _____ Інна МИХАЛЬЧЕНКО

Завдання прийняв до виконання _____ Олексій ЄГОРОВ

АНОТАЦІЯ

Пояснювальна записка до кваліфікаційної роботи «Аналіз конкурентного середовища ТзОВ «1001 дрібниця» на ринку будівельних інструментів» 70 с., 6 рис., 10 табл., 42 літературне джерело.

КОНКУРЕНЦІЯ, КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ, КОНКУРЕНТНЕ СЕРЕДОВИЩЕ, РИНОК, БУДІВЕЛЬНІ ІНСТРУМЕНТИ.

Об'єктом дослідження є ТзОВ «1001 дрібниця» на ринку будівельних інструментів, а предметом – специфіка діяльності ТзОВ «1001 дрібниця» на ринку будівельних інструментів у висококонкурентних умовах функціонування.

Метою роботи є проведення ґрунтовного аналізу конкурентного середовища ТзОВ «1001 дрібниця» на ринку будівельних інструментів з ціллю виявлення ключових конкурентів, їх стратегій, сильних та слабких сторін, а також оцінка потенційних можливостей та загроз для підприємства. Це дозволить розробити обґрунтовані стратегії розвитку, підвищити конкурентоспроможність підприємства і досягти стабільного успіху на ринку будівельних інструментів.

Методи дослідження: дослідження ринкових тенденцій, аналіз конкурентів, спостереження та аналіз споживачів, SWOT-аналіз, аналіз структури та поведінки ринку, метод «п'яти сил Портера», абстрактно-логічний і системно-структурний аналіз, індуктивні та дедуктивні методи узагальнення даних, кількісного та якісного аналізу, економіко-статистичний, порівняльного аналізу, графічний та інші.

Методологічну основу дослідження склали наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених, присвячені темі конкурентного середовища та розвитку підприємства.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в оригінальності, дослідженні конкурентного середовища саме на ринку будівельних інструментів, що охоплює сучасні тенденції функціонування

Значущість виконаної роботи та висновки полягають в його потенційній спроможності принести позитивний внесок у діяльність ТзОВ «1001 дрібниця» на ринку будівельних інструментів. Висновки, отримані в результаті дослідження, можуть служити основою для подальших досліджень, розробки політик, прийняття рішень або впровадження практичних заходів з метою досягнення конкретних цілей підприємств.

Рекомендації щодо використаних результатів. Отримані наукові дослідження мають велике значення для практичної роботи маркетингових фахівців, оскільки надають цінні вказівки щодо дослідження конкурентоспроможності для розвитку сучасних підприємств, містять узагальнення підходів до розуміння конкурентного середовища підприємств.

Сектор застосування і ступінь впровадження: матеріали можуть бути використані в практичній роботі фахівців з маркетингу для вибору та реалізації маркетингових стратегій на сучасних підприємствах. Ступінь впровадження матеріалів може бути різним, від їх використання як рекомендацій і практичних інструментів до повної інтеграції в маркетингову стратегію підприємства.

Прогнозні припущення про розвиток об'єкту і предмету дослідження, що стосуються ТзОВ «1001 Дрібниця», включають наступні аспекти: збереження стабільного розвитку господарської діяльності, забезпечення процесу маркетингових стратегічних пріоритетів, адаптація до умов цифрової економіки, конкурентні переваги на ринку.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	8
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ АНАЛІЗУ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА.....	11
1.1. Сутність конкурентного середовища підприємства.....	11
1.2. Методи оцінки конкурентного середовища підприємства.....	18
1.3. Специфіка конкурентного середовища на ринку будівельних інструментів	28
Висновки до першого розділу.....	36
РОЗДІЛ 2. ПРАКТИЧНІ ОСНОВИ АНАЛІЗУ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА.....	38
2.1. Аналіз ринку будівельних інструментів.....	38
2.2. Аналіз діяльності ТзОВ «1001 дрібниця» на ринку будівельних інструментів	50
2.3. Оцінка конкурентного середовища та перспективи діяльності ТзОВ «1001 дрібниця» на ринку будівельних інструментів.....	56
Висновки до другого розділу.....	65
ВИСНОВКИ.....	67
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	69

ВСТУП

Актуальність теми дослідження стосовно аналізу конкурентного середовища ТзОВ «1001 дрібниця» на ринку будівельних інструментів» полягає в тому, що зростаюча конкуренція і постійні зміни на ринку будівельних інструментів ставлять підприємство перед необхідністю ретельно вивчати й аналізувати своє конкурентне середовище.

У сучасних умовах, де ринкова ситуація швидко змінюється і конкуренція стає все більш інтенсивною, підприємствам необхідно бути добре усвідомленими про своїх конкурентів, їхні стратегії, сильні та слабкі сторони. Це дозволяє розробляти ефективні стратегії розвитку, приймати обґрунтовані рішення та забезпечувати свою конкурентоспроможність.

Аналіз конкурентного середовища дозволяє виявити потенційні можливості та загрози на ринку будівельних інструментів, визначити свої переваги та недоліки порівняно з конкурентами. Це допомагає підприємству зорієнтуватися в своїх можливостях та ризиках, розробити стратегію, спрямовану на досягнення конкурентної переваги.

Крім того, аналіз конкурентного середовища дозволяє виявити нові тенденції та інновації на ринку будівельних інструментів, що може стати основою для розробки нових продуктів та вдосконалення існуючих. Це дозволяє підприємству виходити вперед у конкурентній боротьбі та задовольняти змінні потреби споживачів.

Отже, актуальність дослідження аналізу конкурентного середовища ТзОВ «1001 дрібниця» на ринку будівельних інструментів полягає в необхідності підприємству розуміти своє місце в конкурентній середовищі, виявляти переваги та ризики, а також вдосконалювати свої стратегії розвитку з метою забезпечення успішної та стабільної діяльності.

Метою роботи є проведення ґрунтовного аналізу конкурентного середовища ТзОВ «1001 дрібниця» на ринку будівельних інструментів з ціллю виявлення ключових конкурентів, їх стратегій, сильних та слабких сторін, а

також оцінка потенційних можливостей та загроз для підприємства. Це дозволить розробити обґрунтовані стратегії розвитку, підвищити конкурентоспроможність підприємства і досягти стабільного успіху на ринку будівельних інструментів.

Для досягнення даної мети було сформовано та вирішено низку завдань:

- проаналізувати сутність конкурентного середовища підприємств;
- дослідити методи оцінки конкурентного середовища підприємств;
- проаналізувати специфіку конкурентного середовища на ринку будівельних інструментів;
- проаналізувати ринок будівельних інструментів;
- проаналізувати діяльність ТзОВ «1001 Дрібниця» на ринку будівельних інструментів;
- дослідити оцінку конкурентного середовища та перспектив діяльності ТзОВ «1001 Дрібниця» на ринку будівельних інструментів.

Об'єктом дослідження є ТзОВ «1001 дрібниця» на ринку будівельних інструментів.

Предметом дослідження є специфіка діяльності ТзОВ «1001 дрібниця» на ринку будівельних інструментів у висококонкурентних умовах функціонування.

Під час виконання роботи були використані наступні методи: дослідження ринкових тенденцій, аналіз конкурентів, спостереження та аналіз споживачів, SWOT-аналіз, аналіз структури та поведінки ринку, метод «п'яти сил Портера», абстрактно-логічний і системно-структурний аналіз, індуктивні та дедуктивні методи узагальнення даних, кількісного та якісного аналізу, економіко-статистичний, порівняльного аналізу, графічний та інші.

Ці методи дозволяють отримати більш детальний огляд конкурентного середовища на ринку будівельних інструментів, виявити сильні та слабкі сторони конкурентів, оцінити попит та вимоги споживачів, визначити можливості та загрози для підприємства, а також визначити ключові фактори успіху. Застосування цих методів допомагає зрозуміти конкурентну ситуацію

на ринку та розробити ефективні стратегії для підвищення конкурентоспроможності ТзОВ «1001 дрібниця» в даній галузі.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в оригінальності, дослідженні конкурентного середовища саме на ринку будівельних інструментів, що охоплює сучасні тенденції функціонування.

Значущість виконаної роботи та висновки полягають в його потенційній спроможності принести позитивний внесок у діяльність ТзОВ «1001 дрібниця» на ринку будівельних інструментів. Висновки, отримані в результаті дослідження, можуть служити основою для подальших досліджень, розробки політик, прийняття рішень або впровадження практичних заходів з метою досягнення конкретних цілей підприємств.

Рекомендації щодо використаних результатів. Отримані наукові дослідження мають велике значення для практичної роботи маркетингових фахівців, оскільки надають цінні вказівки щодо дослідження конкурентоспроможності для розвитку сучасних підприємств, містять узагальнення підходів до розуміння конкурентного середовища підприємств.

Сектор застосування і ступінь впровадження: матеріали можуть бути використані в практичній роботі фахівців з маркетингу для вибору та реалізації маркетингових стратегій на сучасних підприємствах. Ступінь впровадження матеріалів може бути різним, від їх використання як рекомендацій і практичних інструментів до повної інтеграції в маркетингову стратегію підприємства.

Прогнозні припущення про розвиток об'єкту і предмету дослідження, що стосуються ТзОВ «1001 Дрібниця», включають наступні аспекти: збереження стабільного розвитку господарської діяльності, забезпечення процесу маркетингових стратегічних пріоритетів, адаптація до умов цифрової економіки, конкурентні переваги на ринку.

ВИСНОВКИ

У розділі 1 роботи було проведено дослідження теоретичних основ аналізу конкурентного середовища підприємства, зосереджуючись на ринку будівельних інструментів. Розглянуто сутність конкурентного середовища підприємства, розуміння його ключових понять і принципів. Відповідно до наших досліджень, конкурентне середовище є комплексним набором факторів, що включає конкурентів, клієнтів, постачальників, новаторство та регулюючі органи.

Оцінка конкурентного середовища вимагає аналізу як внутрішніх, так і зовнішніх факторів. Проаналізовано різні підходи та інструменти, такі як SWOT-аналіз, аналіз «П'ять сил Портера» та аналіз конкурентних переваг, що дозволяють компанії краще зрозуміти своє конкурентне середовище та визначити свої переваги та недоліки.

Крім того, розглянуто специфіку конкурентного середовища на ринку будівельних інструментів. Виявилося, що цей ринок характеризується високою конкуренцією, широким спектром продуктів та швидкими змінами у технологіях та вимогах споживачів. Також було виявлено деякі ключові фактори успіху на цьому ринку, такі як якість продукції, інноваційність, цінова політика та взаємодія з клієнтами.

У розділі 2 увагу зосереджено на практичних аспектах аналізу конкурентного середовища підприємства, використовуючи ТзОВ «1001 дрібниця». По-перше, було проведено аналіз ринку будівельних інструментів, дослідивши його розмір, потенційне зростання та основні тренди. Було виявлено, що ринок будівельних інструментів в Україні є динамічним та має потенціал для подальшого зростання.

Проаналізовано діяльність та фінансово-економічне положення ТзОВ «1001 дрібниця» на ринку будівельних інструментів. Досліджено виробничі потужності, асортимент продукції, маркетингові зусилля та взаємодію з

клієнтами. Виявилось, що ТзОВ «1001 дрібниця» має сильні сторони в усіх аспектах, що дозволяє підприємству мати конкурентну перевагу на ринку.

Здійснили оцінку конкурентного середовища ТзОВ «1001 дрібниця», порівнявши його з головними конкурентами, такими як «Торех», «Dok.ua» та «Esco». Було виявлено, що ТзОВ «1001 дрібниця» має сильну конкурентну позицію, зокрема завдяки своїм виробничим потужностям, широкому асортименту продукції та добре організованій дистрибуційній мережі.

Нарешті, було розглянуто перспективи діяльності ТзОВ «1001 дрібниця» на ринку будівельних інструментів. Враховуючи попит на якісні будівельні інструменти та тенденцію до зростання будівельної галузі, було визначено, що у ТзОВ «1001 дрібниця» є великий потенціал для розвитку та розширення своєї діяльності. Підприємство може скористатися своїми перевагами, такими як висока якість продукції та репутація на ринку, для проникнення на нові ринки та збільшення своєї частки ринку.

Загалом, аналіз конкурентного середовища ТзОВ «1001 дрібниця» показав, що підприємство має сильну конкурентну позицію на ринку будівельних інструментів. Завдяки своїм виробничим потужностям, широкому асортименту продукції та добре організованій дистрибуційній мережі, ТзОВ «1001 дрібниця» може ефективно конкурувати зі своїми головними конкурентами. Крім того, з урахуванням перспектив ринку будівельних інструментів, підприємство має потенціал для подальшого росту та розширення своєї діяльності. Загальна картина свідчить про успішну позицію ТзОВ «1001 дрібниця» у конкурентному середовищі та його потенціал для майбутнього успіху.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Сутність та значення конкурентного середовища підприємства. URL: <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/8.1/310.pdf> (дата звернення 09.06.2023)
2. Як виконати конкурентний аналіз - класичні та сучасні методики. Wezom. URL: <https://wezom.com.ua/ua/blog/kak-delat-konkurentnyj-analiz>. (дата звернення 09.06.2023)
3. 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.
4. Grant, R. M. (2019). *Contemporary Strategy Analysis: Text and Cases*. Wiley.
5. Porter, M. E. (2019). *The Five Competitive Forces That Shape Strategy*. Harvard Business Review, 97(1), 86-104.
6. Barney, J. B., & Hesterly, W. S. (2020). *Strategic Management and Competitive Advantage: Concepts and Cases*. Pearson.
7. Мартинюк, В. В. (2020). Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства на ринку будівельних послуг. *Економічні аспекти сталого розвитку*, 8(1), 63-71.
8. Офіційний сайт компанії «Virok». URL: <https://virok.com.ua/>. (дата звернення 09.06.2023)
9. Аналіз ринку електроінструментів в Україні 2021 рік. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-elektroinstrumenta-v-ukraine-2021-god>. (дата звернення 09.06.2023)
10. Тенденції будівельного ринку під час війни. URL: <https://aimarketing.info/uk/blog/business-analytics/tendentsiyi-budievlnoho-rynku-pid-chas-viiny>. (дата звернення 09.06.2023)

11. Українська асоціація малого та середнього бізнесу. URL: <https://pidpruemci.kiev.ua/>. (дата звернення 09.06.2023)
12. Михальченко І. Г., Москаленко Б. М. Маркетингове дослідження розвитку сфери ІТ-освіти в Україні на прикладі діяльності «Beetroot Academy». Проблеми системного підходу в економіці. 2021. Випуск 6(86). С. 87-93.
13. Казанська О.О., Михальченко І.Г., Радченко Г.А. Особливості розробки маркетингової програми підприємства в умовах цифрового ринку. Наукові інновації та передові технології (Серія «Економіка»), № 7(9). 2022. С. 158-168.
14. Портер М. Конкурентна перевага. Як досягати стабільно високих результатів / Майкл Портер ; пер. з англ.: І. Ємельянова, І. Гнатковська. –Київ: Наш формат, 2019. – 622
15. Офіційний сайт Міністерства Фінансів України. URL: <https://minfin.com.ua/>. (дата звернення 09.06.2023)
16. Офіційний сайт компанії «Торех». URL: <https://www.grupatorex.com/ua/topex/>. (дата звернення 09.06.2023)
17. Воронько-Невіднича Т. В. Управління конкурентоспроможністю підприємства в мовах нестабільного ринкового середовища. Економіка та управління підприємствами. 2018. Випуск 21. С. 251–254.
18. Мельник К., Пташник С. Теоретичні засади конкурентоспроможності та її роль у розвитку підприємницької діяльності. Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal. 2018. Vol. 4, No. 2. С. 97-114.
19. Халімон Т. М. Гнучкість в системі управління конкурентоспроможністю підприємства. Економіка. Менеджмент. Бізнес. 2018. № 1 (23). С. 74–82
20. Цибульська Е. І. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посіб. для студентів, які навчаються за спец. 051 – Економіка. Харків : Вид-во НУА, 2018. 320 с.

21. Офіційний сайт компанії «Dok.ua». URL: <https://dok.ua/ua>. (дата звернення 09.06.2023)
22. Кількість конкурентів на ринку будівельних матеріалів. URL: <https://construction-market.korfor.com.ua/kilkist-konkurentiv-na-rynku-budivelnykh-materialiv/>. (дата звернення 09.06.2023)
23. Труш Ю. Л., Осадчук О.П. Розвиток теорії та практики управління якістю у вітчизняних та зарубіжних країнах. Формування ринкових відносин в Україні. 2018. № 1. С. 123-127. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/frvu_2018_1_18. (дата звернення 09.06.2023)
24. Чернелевський Л. М., Кудренко Н.В. Особливості і перспективи впровадження міжнародних стандартів якості на підприємствах переробної промисловості. Наукові праці НУХТ. 2017. Т. 20, № 4. С. 30-37.
25. Показник кількості товариств з обмеженою відповідальністю. URL: <http://www.kiev.ukrstat.gov.ua/p.php3?c=950&lang=1>. (дата звернення 09.06.2023)
26. Інвестиції в будівельну галузь. Укрстат. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>. (дата звернення 09.06.2023)
27. Bishir A., Frast M. VR opportunities in business: Use of technologies in the production process. The economist. 2019. No 4. P. 36– 45.
28. Офіційний сайт компанії «Esco». URL: <https://www.esco.ua/uk/>. (дата звернення 09.06.2023)
29. Кубишина Н.С. Методика розробки стратегічного набору товарів на промисловому ринку: тези доп. всеукр. наук.-практ. конф. (м. Київ, 24 квіт. 2018 р.). Київ, 2018. С. 89-97.
30. Портер М. Конкурентна стратегія: монографія. пер. з англ. М.: Видавничий дім «Украркнига», 2018. 760 с.
31. Веретенникова Г.Б., Омелаєнко Н.М. Методи діагностики та прогнозування розвитку підприємства: навч. посіб. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2017. 190 с.

32. Гайдено С.М., Коненко В.В., Соколов Д.В. Аналіз стану розвитку підприємств будівельного бізнесу України під впливом пандемії COVID-19 [Електронний ресурс]. Економіка та держава. 2022. №5. С. 96-104. URL: <http://www.economy.in.ua/?op=1&z=5185&i=14>. (дата звернення 09.06.2023)

33. Гриненко В. В. Стратегічна діагностика потенціалу підприємства : конспект лекцій (для студентів магістратури спеціальності 281 – Публічне управління та адміністрування) / В. В. Гриненко; Харків. нац. ун-т міськ. госпва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2019. 127 с.

34. Гусєва О.Ю., Хлевицька Т.Б., Марценюк Н.О. Теоретичні та практичні підходи до обґрунтування інструментарію стратегічного управління сталим розвитком телекомунікаційного підприємства. Економіка. Менеджмент. Бізнес. 2019. № 2 (28). С. 126-135.

35. Дикань В. Л., Токмакова І.В., Овчиннікова В.О. Економічна діагностика: підручник. Харків: УкрДУЗТ, 2022. 284 с.

36. Коваленко В. В. Теоретичні підходи у визначенні сутності діагностики підприємства. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2016. № 2(1). С. 17–20.

37. Краля В. Г. Використання інструментарію управлінської діагностики для прийняття ефективних управлінських рішень [Електронний ресурс]. Український журнал прикладної економіки. 2021. Том 6. №1. С. 85-92. URL: <https://doi.org/10.36887/2415-8453-2021-1-10>. (дата звернення 09.06.2023)

38. Погорелов Ю. С., Козаченко Г.В. Інструментарій сталого розвитку підприємства в умовах кризи. Бізнес Інформ. 2021. № 4. С.288–293.

39. Сисоєв В.В. Концептуальна модель механізму діагностики діяльності підприємства. Бізнес Інформ. 2018. № 4. С. 411-418.

40. Хаустова В. Є. Диверсифікація і інтеграція як форми забезпечення стратегічних орієнтирів управління розвитком підприємств. Бізнес Інформ. 2020. № 12. С. 482-494.

41. Офіційна сторінка в інстаграм компанії «Virok». URL:
https://instagram.com/virok_professional_tools?igshid=MzRIODBiNWF1ZA.

(дата звернення 09.06.2023)

42. Що таке PEST-аналіз. – 2020. URL:
<https://business.diia.gov.ua/handbook/marketing/so-take-pest-analiz>.

(дата звернення 09.06.2023)