

**Рівненський державний гуманітарний університет
Факультет документальних комунікацій та менеджменту**

НАУКОВІ ЗАПИСКИ
Рівненського державного гуманітарного університету

Економіка та менеджмент

Збірник наукових праць

Випуск 3-4

Рівне – 2009

УДК 658
ББК 65.053.я73
Н 34

Рекомендовано до друку Вченою радою Рівненського державного гуманітарного університету (протокол № 5 від 25 грудня 2009 року)

Редакційна колегія:

Крикавський Є.В., д.е.н., професор, відповідальний редактор
Микитин Т.М., к.т.н., доцент, заступник відповідального редактора
Вербець В.В., д.п.н., професор
Лазаришина І.Д., д.е.н., професор
Григоруk А.В., к.е.н., професор
Гуменюк В.Я. д.е.н., професор
Дейнега О.В., к.е.н., доцент
Калічава Н.Г., к.е.н., доцент
Хижнякова Н.О., к.е.н., доцент
Швецова-Водка Г.М., д.і.н., професор

Рецензенти:

Патора Р., д.е.н., професор (НУ "Львівська політехніка")
Петрович Й.М., д.е.н., професор (НУ "Львівська політехніка")

Відповідальний за випуск: Микитин Т.М.

Комп'ютерне макетування: Машта Н. О., Поліщук О. Ю.

Н 34 Наукові записки Рівненського державного гуманітарного університету. Економіка та менеджмент: Збірник наукових праць / Редкол.: Є.Крикавський, Т.Микитин, В.Вербець. – Рівне: РДГУ, 2010. – Випуск 3-4. – 232 с.

У збірнику опубліковано результати наукових досліджень, у яких висвітлено сучасні проблеми удосконалення організаційних структур управління, активізації зовнішньоекономічної та інвестиційної діяльності, здійснення маркетингових досліджень, вивчення економічної історії Західного регіону України, управління рекреаційними ресурсами та інші.

Подані у збірнику матеріали можуть бути корисними для наукових працівників, керівників, викладачів, аспірантів, студентів вищих навчальних закладів.

ISBN 978-966-416-211-8

© Рівненський державний
гуманітарний університет, 2009

ЗМІСТ

Бергаш Б.М. ЕКОНОМІКО-ЕКОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ РОЗРАХУНКІВ ПЕРЕХОДУ НА ЕНЕРГОЗБЕРІГАЮЧІ ЛЮМІНЕСЦЕНТНІ ЛАМПИ ОСВІТЛЕННЯ	5
Востріков В.П., к.т.н., доцент, Окорський В.П., к.т.н., доцент, Вострікова Н.В., студент	
ДЕЯКІ АСПЕКТИ ЗАПРОВАДЖЕННЯ МЕНЕДЖМЕНТУ ДО ЕКСПЛУАТАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У ВОДНОМУ ГОСПОДАРСТВІ	11
Галуха В.Л., к.і.н., доцент	
ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ РІВНЕНЩИНИ	20
Герасимчук К. Ю.	
МЕТОДОЛОГІЯ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ПРОДУКЦІЮ ВИРОБНИЧО- ТЕХНІЧНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ	28
Гладун Л.О.	
ІНФЛЯЦІЙНІ РЕЖИМИ ТА ЇХ МОДЕЛІ В ПЕРЕХІДНІЙ ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ	37
Дейнега І. О., к.е.н., доцент, Дейнега О. В., к.е.н., доцент	
МАРКЕТИНГОВА ІНФОРМАЦІЙНА СИСТЕМА ПІДПРИЄМСТВА ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ ЙОГО КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ НА РИНКУ	46
Кир'янчук О.Б.	
ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОГО СТАТИСТИЧНОГО ОБЛІКУ В ТУРИЗМІ	57
Коробка С. В., к.е.н., ст. викладач	
ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ, ЯК ОДНА З ФОРМ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА НА СЕЛІ	62
Кропивко Д.С., студентка 2 курсу, Кропивко С.М., к.т.н.	
АНАЛІЗ ДИНАМІКИ ІНВЕСТИЦІЙ В ОСНОВНИЙ КАПІТАЛ В УКРАЇНІ	72
Кучина Н.І., к.і.н.	
ОСОБЛИВОСТІ ВЗАЄМОДІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР, ЩО СПЕЦІАЛІЗУЮТЬСЯ НА МІЖНАРОДНИХ ПЕРЕВЕЗЕННЯХ АВТОМОБІЛЬНИМ ТРАНСПОРТОМ, ІЗ СУБ'ЄКТАМИ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА	80
Лисюк В.С., к.е.н.	
ВПЛИВ ДЕМОГРАФІЧНОЇ СИТУАЦІЇ НА ЯКІСТЬ РОБОЧОЇ СИЛИ УКРАЇНИ	90
Мартинюк О.В.	
ДОСЛІДЖЕННЯ ІНОЗЕМНОГО ДОСВІДУ В СФЕРІ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ НАВКОЛИШНІМ СЕРЕДОВИЩЕМ В ТЕРИТОРІАЛЬНОМУ ВИМІРІ	94
Машта Н.О.	
ОЦІНКА КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ПЛАВЛЕНИХ СИРНИХ ПРОДУКТІВ ВИРОБНИЦТВА ВАТ "ДУБНОМОЛОКО"	99

Микитин Т.М., к.т.н., доц., Берташ Б.М., Грищенко Ю. М., к.с.-г.н., доцент ДО ПИТАННЯ УПРАВЛІННЯ ОБ'ЄКТАМИ ПРИРОДНО- ЗАПОВІДНОГО ФОНДУ	106
Окорський В.П., к.т.н., доцент, Цецик Я.П., к.і.н. ДІЯЛЬНІСТЬ РЕВІЗІЙНОГО СОЮЗУ УКРАЇНСЬКИХ КООПЕРАТИВІВ НА ВОЛИНІ: ПОЛІТИКО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ	114
Орлов О.Г. ОСОБЛИВОСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ В ЕКОНОМІЧНО РОЗВИНУТИХ ЗАХІДНОЄВРОПЕЙСЬКИХ КРАЇНАХ	123
Пасічник І.Б. ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ ПРИ ОБРАННІ СТРАТЕГІЇ ОХОПЛЕННЯ РИНКУ	129
Пасічник І. Б. СУТНІСТЬ МАРКЕТИНГУ ЗМІ, А САМЕ ПЕРІОДИЧНОГО ВИДАННЯ	137
Петренчук М.В., викладач СТАН МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ГАЛУЗІ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ І СПОРТУ В ОБЛАСТІ	149
Підчерковна Х.В. ЛЮДСЬКИЙ РОЗВИТОК УКРАЇНИ ТА ЙОГО ІНДЕКС	154
Пляшко О.С. СТАНОВЛЕННЯ ТА СУЧАСНІ ОСОБЛИВОСТІ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ	163
Поліщук О.Ю. ЗНАЧЕННЯ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ У ФОРМУВАННІ РИНКУ ПРАЦІ В УКРАЇНІ	169
Прохорова М.Е., к. е. н, доцент, Хрульова І. ВАЛЮТНА АРХІТЕКТОНІКА – НОВЕ ЯВИЩЕ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ	175
Романець О.В. СИСТЕМА СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ В УКРАЇНІ	185
Ступницька Н.І. СПЕЦИФІКА СПОЖИВЧОГО КРЕДИТУВАННЯ В УМОВАХ ВСТУПУ УКРАЇНИ У WTO	191
Трало І.М. ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУ ДЛЯ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ (НА ПРИКЛАДІ РІВНЕНСЬКОЇ ОБЛАСТІ)	196
Хижнякова Н.О, к.е.н., доцент, Грицюк С.Ю. ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ	203
Щесюк С.В. СТРАТЕГІЯ КОМЕРЦІЙНОЇ РОЗВІДКИ	213
Якимчук А.Ю., к.е.н., доцент СТРУКТУРНО-ДИНАМІЧНИЙ АНАЛІЗ ФІНАНСУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ РІВНЕНСЬКОГО ПРИРОДНОГО ЗАПОВІДНИКА, ЯК ОДНІЄЇ ІЗ НАЙБІЛЬШИХ УСТАНОВ ПРИРОДНО-ЗАПОВІДНОГО ФОНДУ УКРАЇНИ	219

Машта Н.О.

Рівненський державний гуманітарний університет, м. Рівне

ОЦІНКА КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ПЛАВЛЕНИХ СИРНИХ ПРОДУКТІВ ВИРОБНИЦТВА ВАТ "ДУБНОМОЛОКО"

У статті висвітлено основні способи оцінки конкурентоздатності товарів. Наведена схема комплексної методики оцінювання конкурентоздатності товарів. Визначено критерії, за якими доцільно оцінювати конкурентоздатність плавлених сирів та сирних продуктів. Проведено оцінку конкурентоздатності плавлених сирних продуктів "Дружба" виробництва ВАТ "Дубномолоко".

The basic methods of estimation of competitiveness of commodities are given in the article. The complex scheme of evaluation of competitiveness commodities is submitted. The criterion which is expedient to estimate competitiveness of melted cheese and cheese products are determined. The competitiveness of melted cheese products "Druzhba" of production of VAT "Dubnomoloko" is estimated.

Постановка проблеми. Плавлені сири та сирні продукти – товари, що користуються постійним попитом у споживачів. Основним виробником вказаних продуктів у Рівненській області є ВАТ "Дубномолоко". Проте у магазинах міста та області у широкому асортименті представлені плавлені сири та сирні продукти інших виробників.

Оцінка конкурентоздатності дасть змогу виділити основні властивості, які відрізняють плавлені сири та сирні продукти виробництва ВАТ "Дубномолоко" від товарів-аналогів; використовувати виділені переваги у рекламній діяльності підприємства; вдосконалити асортимент та якість цих продуктів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанню визначення конкурентоздатності товарів присвячено публікації таких науковців, як Анфалов А.А. [1], [2], Литвиненко А.Н. [3], Синько І.В. [4], Фатхутдінов Р.А. [5]. Ці роботи в основному висвітлюють методологію оцінки конкурентоздатності товарів.

Науковці Калугіна С.А. [6], Капліна О.В. [7], Тер-Григорьянц Р.Г. [8], Чепурной І.П. [9] присвятили свої роботи особливостям оцінки конкурентоздатності продовольчих товарів. У цих працях розглядаються окремі етапи визначення конкурентоздатності молочної продукції або системні дослідження інших груп продуктів.

Формулювання цілей статті. Метою даної статті є обрати методику оцінки конкурентоздатності товарів, найбільш прийнятну для плавлених сирів та сирних продуктів; визначити критерії, за якими доцільно оцінювати

конкурентоздатність даної групи продовольчих товарів та провести відповідне оцінювання на прикладі плавлених сирних продуктів "Дружба" виробництва ВАТ "Дубномолоко".

Виклад основного матеріалу. Конкурентоздатність товару – це його інтегральна властивість, яка зумовлює здатність товару задовольняти потреби споживачів порівняно з товарами-аналогами в умовах певного конкурентного ринку у певний період часу. Складові конкурентоздатності товару представляють собою рівні його певних технічних, економічних та комерційних характеристик, необхідних для досягнення успіху на конкурентному ринку [7].

У практиці оцінювання конкурентоздатності товару застосовується кілька методик, проте всі вони у тій чи іншій мірі володіють певними недоліками. Так, *оцінка конкурентної здатності товару за обсягом продажів* має внутрішньофірмовий характер і не враховує системи функціональних залежностей (конкурентне середовище, роботу служб маркетингу, причини споживчих переваг і т.д.). Методика *визначення конкурентоздатності товару на основі комплексного показника* (порівняння параметрів досліджуваного товару та базового зразка, одиничних, групових та інтегральних показників) не враховує споживчих та економічних факторів, типів руху товарів-конкурентів. Методика *оцінки інтегрального показника конкурентоздатності* ґрунтується на розрахунку ціни споживання, обліку нормативних, технічних та економічних параметрів, і поширюється тільки на обмежений асортимент товарів, головним чином, складно-технічних. На нашу думку, названі методи не можуть розкрити повною мірою конкурентоздатність плавлених сирів та сирних продуктів. Тому ми пропонуємо використати узагальнену, комплексну методику оцінки конкурентоздатності товарів, запропоновану Анфаловим А.А (таблиця 1) [2].

Таблиця 1 – Схема комплексної методики оцінки конкурентоздатності товарів

№ з/п	Етапи та операції оцінювання	Методи оцінювання
1	Формулювання мети і завдань оцінювання	
1.1	Аналіз конкурентного середовища і виявлення товарів-конкурентів	Аналітичний
1.2	Вибір аналізованого і базового товарів-конкурентів	Аналітичний
2	Вибір номенклатури показників конкурентоздатності	
2.1	Відбір споживчих критерії конкурентоздатності товарів	Експертний
2.2	Відбір економічних критерії	Експертний
3	Визначення дійсних значень вимірюваних показників аналізованого і базового товарів-конкурентів	
3.1	Оцінювання одиничних показників якості товарів	Органолептичний, вимірювальний

3.2	Оцінювання привабливості товарів-конкурентів за асортиментною належністю	Експертний, соціологічний
3.3	Визначення ціни аналізованих і базового товарів-конкурентів	Реєстраційний
3.4	Визначення коефіцієнтів вагомості	Експертний
4	Розрахунок інтегрального індексу конкурентоздатності товарів	
4.1	Розрахунок одиничних індексів конкурентоздатності за показниками якості	Розрахунковий
4.2	Розрахунок групового індексу за показниками якості	Розрахунковий
4.3	Розрахунок індексу конкурентоздатності за асортиментною характеристикою	Розрахунковий
4.4	Розрахунок індексу конкурентоздатності за економічними показниками	Розрахунковий
4.5	Розрахунок інтегрального індексу конкурентоздатності	Розрахунковий
5	Розробка маркетингових заходів щодо підтримки та підвищення досягнутого рівня конкурентоздатності аналізованого товару	Експертний, аналітичний

Початковим етапом визначення конкурентоздатності плавлених сирних продуктів є формулювання мети та завдань оцінювання, адже від того, наскільки чітко вони будуть сформульовані, залежить достовірність отриманих результатів. Отже, метою нашого дослідження є провести порівняльну характеристику плавленого сирного продукту "Дружба" виробництва ВАТ "Дубномолоко" (надалі – зразок 1) з товарами-конкурентами для визначення конкурентних переваг із наступним встановленням можливих напрямків вдосконалення асортименту та якості.

Товарами-конкурентами обрано плавлені сирні продукти та плавлені сири "Дружба", що реалізуються у торговій мережі м. Рівне:

- 1) плавлений сирний продукт "Дружба" ТМ "Ваш молочник", виробник ВАТ "Молочник" (м. Житомир) (зразок 2);
- 2) плавлений сирний продукт "Дружба" ТМ "Наш молочник", виробник ВАТ "Молочник" (м. Житомир) (зразок 3);
- 3) плавлений сирний продукт "Дружба" ТМ "Наш сирок", виробник ВАТ "Молочник" (м. Житомир) (зразок 4);
- 4) плавлений сирний продукт "Дружба" ТМ "Народний продукт", виробник ВАТ "Молочник" (м. Житомир) (зразок 5);
- 5) плавлений сирний продукт "Дружба" ТМ "Роси", виробник ВАТ "Рожищенський сирзавод" (м. Рожище Волинської області) (зразок 6);
- 6) плавлений сирний продукт "Дружба" ТМ "Молочный доктор", виробник ВАТ "Новокаховський завод плавлених сирів" (м. Таврійськ Херсонської області) (зразок 7);
- 7) плавлений сир "Дружба" ТМ "Добряна", виробник ТОВ "Миргородський сироробний комбінат" (м. Миргород Полтавської області) (зразок 8).

Комплексний підхід до оцінювання конкурентоздатності зумовлює необхідність врахування всіх найбільш важливих показників, які її

характеризують. При виборі номенклатури цих показників керувалися нормативними документами на плавлені сири та сирні продукти, думками спеціалістів-товарознавців і маркетологів. Найбільш значимі показники конкурентоздатності плавлених сирних продуктів обрано експертним методом та наведено на рисунку 1.

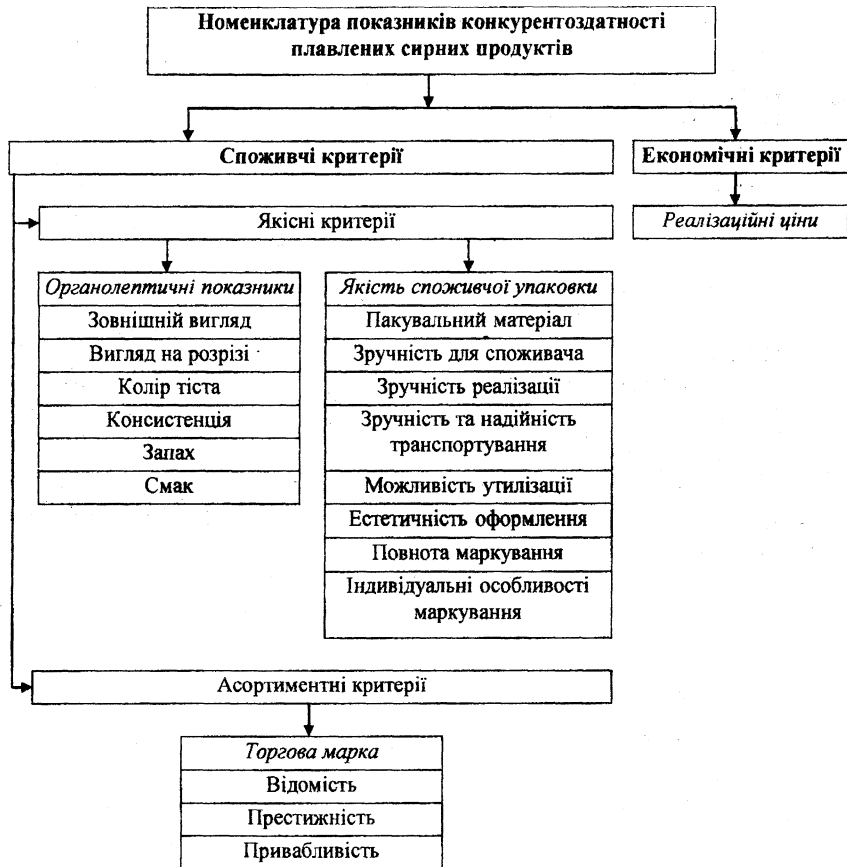


Рисунок 1 – Номенклатура показників конкурентоздатності плавлених сирних продуктів

Визначення органолептичних показників проводили за розробленою нами 100-бальною системою оцінки якості плавлених сирів та плавлених сирних продуктів. Оцінювання споживчої упаковки здійснювали за методикою, наведеною у [10], яка передбачає максимальну кількість балів 60. Ранжування привабливості товарів-конкурентів за асортиментною характеристикою

(торговою маркою) здійснювали із застосуванням методу соціологічного опитування за 10-баловою шкалою, запропонованою Анфаловим А.А. [2]. Для визначення економічних критеріїв використано реєстраційний метод. Варто відмітити, що дійсні значення отримували як середньоарифметичну величину трьох повторних визначень. Результати дійсних значень вимірюваних показників досліджуваних плавлених сирних продуктів наведено у таблиці 2.

Таблиця 2 - Результати визначення дійсних значень вимірюваних показників досліджуваних плавлених сирних продуктів

№ з/п	Критерій	Дійсні значення вимірюваних показників для зразків №								
		Базо-вий	1	2	3	4	5	6	7	8
1	Органолептичні показники, бали	100	87,5	67	80,5	70,5	77,5	42,5	61,5	89,5
2	Споживча упаковка, бали	60	52	49	52	51	48	50	48	49
3	Торгова марка, бали	10	9	3	10	4	8	2	4	6
4	Реалізаційні ціни, грн.	1,81	2,04	2,22	2,46	1,81	2,35	2,35	1,79	3,20

Наступним етапом визначення конкурентоздатності плавлених сирних продуктів є встановлення коефіцієнтів вагомості (тобто показників, що характеризують ступінь значимості окремого показника у загальній сумі) із застосуванням методу групового опитування експертів. Отже, коефіцієнти вагомості розподілені наступним чином: якісні критерії: органолептичні показники – 0,4, упаковка – 0,2, асортиментні критерії – 0,1, економічні критерії – 0,3.

Розрахунок інтегрального індексу конкурентоздатності здійснювався у кілька етапів:

- 1) Розрахунок групового індексу за органолептичними показниками якості (I_n):

$$I_n = \frac{X_{яа}}{X_{яб}} \cdot 100\%,$$

де $X_{яа}$ – дійсне значення органолептичних показників якості товарів-конкурентів; $X_{яб}$ – дійсне значення органолептичних показників якості базового товару.

- 2) Розрахунок групового індексу за результатами оцінювання споживчої упаковки (I_c):

$$I_c = \frac{X_{са}}{X_{сб}} \cdot 100\%,$$

де X_{ca} – дійсне значення показників якості упаковки товарів-конкурентів;
 X_{cb} – дійсне значення показників якості упаковки базового товару.

- 3) Розрахунок індексу конкурентоздатності за асортиментними характеристиками товарів (I_a):

$$I_a = \frac{R_a}{R_b} \cdot 100\%,$$

де R_a – дійсне значення рангів асортиментної належності товарів-конкурентів; R_b – дійсне значення рангу асортиментної належності базового товару.

- 4) Розрахунок індексу за економічними показниками (I_n):

$$I_n = \frac{C_a}{C_b} \cdot 100\%$$

де C_a, C_b – ціни на товари-конкуренти та базовий товар.

- 5) Розрахунок інтегрального індексу конкурентоздатності (ІК) товарів-конкурентів відносно базового:

$$IK = \frac{I_j \cdot K_j + I_e \cdot K_c + I_a \cdot K_a}{I_n \cdot K_n}$$

де K_j, K_c, K_a, K_n – коефіцієнти вагомості органолептичних показників якості, упаковки, асортиментної характеристики та ціни відповідно.

Результати розрахунків індексів конкурентоздатності за органолептичними показниками якості, упаковкою, асортиментною характеристикою та ціною товарів-конкурентів відносно базового, а також інтегральні індекси конкурентоздатності наведені у таблиці 3.

Таблиця 3 - Результати розрахунку індексів конкурентоздатності

№ з/п	Індекс конкурентоздатності	Значення індексів конкурентоздатності для зразків плавлених сирних продуктів № відносно базового							
		1	2	3	4	5	6	7	8
1	I_j	87,50	67,00	80,50	70,50	77,50	42,50	61,50	89,50
2	I_c	86,67	81,67	86,67	85,00	80,00	83,33	80,00	81,67
3	I_a	90,00	30,00	90,00	40,00	80,00	20,00	40,00	60,00
4	I_n	112,71	122,65	135,91	100,00	129,83	129,83	98,90	176,80
5	ІК	1,81	1,25	1,44	1,64	1,41	0,92	1,50	1,10

Висновки та перспективи подальших досліджень. За результатами розрахунків інтегральних індексів конкурентоздатності найкращу конкурентну позицію має зразок плавленого сирного продукту "Дружба" виробництва ВАТ "Дубномолоко". Найменш конкурентоздатним виявився зразок плавленого

сирного продукту "Дружба" ТМ "Молочный доктор" (виробник ВАТ "Новокаховський завод плавлених сирів") завдяки низькій якості продукту.

Незважаючи на високу конкурентну позицію плавлених сирних продуктів виробництва ВАТ "Дубномолоко", існують можливості підвищення їх конкурентоздатності. Зокрема, необхідно проводити більш лояльну цінову політику, розширювати асортимент плавлених сирних продуктів, використовувати більш зручну упаковку. Цього можливо досягти за рахунок використання нетрадиційної для плавлених сирів рослинної сировини та використання сучасних пакувальних матеріалів.

1. Анфалов А.А. Методика определения конкурентоспособности продукции / А.А. Анфалов // Экономика и управление. – 2000. – №6 (25). – С. 3-4.
2. Анфалов А.А. Методические основы оценки уровня развития рыночной конкуренции и конкурентоспособности продукции предприятий с точки зрения маркетинга / А.А. Анфалов // Культура народов Причерноморья. – Режим доступа: www.nbuv.gov.ua/Articles/KultiNar/knp78/pdf/knp78_78-82.pdf.
3. Литвиненко А.Н. Основные принципы оценки конкурентоспособности промышленной продукции / А.Н. Литвиненко // Приложение к БИКИ. – М.: Издание ВНИКИ МВЭС РФ. – 1984. – № 12. – С.11.
4. Синько И.В. Оценка конкурентоспособности промышленной продукции / И.В. Синько // Машиностроитель. – 1997. – № 3. – С. 6.
5. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент. – М.: Издательско - книоторговый дом 16 «Маркетинг», 2002. – 892 с.
6. Калугина С.А. Определение конкурентоспособности продовольственных товаров / С.А. Калугина // Маркетинг в России и за рубежом. – 1997. – № 5. – С. 59.
7. Каплина О.В. Оценка конкурентоспособности массового товара (на примере пива) / О.В. Каплина // Маркетинг в России и за рубежом. – 2001. – №4. – Адреса доступу: <http://www.cfin.ru/press/marketing/2001-4/05.shtml>.
8. Тер-Григорьянц Р.Г. Методические подходы к оценке конкурентоспособности продукции и предприятия / Р.Г. Тер-Григорьянц // Вестник СевКавГТУ. Серия «Экономика». – 2003. – № 1 (9). – Режим доступа: science.ncstu.ru/articles/econom/09/23.pdf.
9. Чепурной И.П. Конкурентоспособность продовольственных товаров. – К.: Дашков и Ко. – 2002. – 120 с.
10. Батутіна А.П., Ємченко І.В., Троякова А.О. Товарознавча експертиза продовольчих товарів: навчально-методичний посібник. – Львів: Видавництва ЛКА, 2004. – 164 с.