

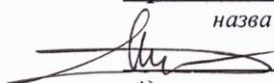
МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
БІЛОЦЕРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Спеціальність 076 «Підприємництво та торгівля»

Допускається до захисту:

Зав. кафедри підприємництва, торгівлі та
біржової діяльності

назва кафедри



професор Сатир Л.М.

підпис

вчене звання, прізвище, ініціали

« 21 »

листопада

2024 року

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

РОЗРОБКА КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ В
УМОВАХ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА АГРОБІЗНЕСУ

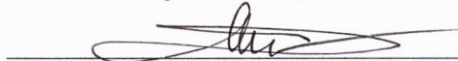
(за матеріалами ТОВ «Агріті»)

Виконав(ла) Блоцький Олександр Миколайович
прізвище, ім'я, по батькові



підпис

Керівник: д.е.н., професор Сатир Л.М.
вчене звання, прізвище, ініціали



підпис

Рецензент: к.е.н., доцент Вихор М.В.
вчене звання, прізвище, ініціали



підпис

Я, Блоцький Олександр Миколайович, засвідчую що кваліфікаційну роботу
магістра виконано з дотриманням принципів академічної доброчесності

Біла Церква – 2024

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
БІЛОЦЕРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Спеціальність 076 «Підприємництво та торгівля»

Затверджую:

Гарант ОП «Підприємництва,
торгівлі та біржової діяльності»
назва кафедри

професор Сатир Л.М.

вчене звання, прізвище, ініціали,

підпис

« 4 » листопада 2023 року

ЗАВДАННЯ

на кваліфікаційну роботу здобувачу
Блоцькому Олександру Миколайовичу
прізвище, ім'я та по батькові

Тема роботи: Розробка комплексу маркетингових комунікацій в умовах конкурентного середовища агробізнесу (за матеріалами ТОВ «Агріті»)

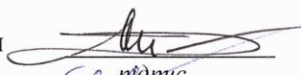
Перелік питань, що розробляються в роботі: Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розкрити): 1. Теоретико-методичні основи формування маркетингової стратегії підприємства. 2. Аналіз маркетингової діяльності підприємства ТОВ «Агріті». 3. Рекомендації щодо формування і удосконалення маркетингової стратегії підприємства ТОВ «Агріті». Перелік графічного матеріалу: 1. Модель комунікативного процесу. 2. Структура маркетингових комунікацій на підприємствах аграрного типу. 3. Наявність та ефективність використання основних і оборотних фондів. 4. Склад і структура товарної продукції ТОВ «Агріті». 5. Основні показники господарсько-фінансової діяльності ТОВ «Агріті». 6. Напрямки сегментації споживчого ринку ТОВ «АГРІТІ». 7. Заходи стратегії диференційованого маркетингу підприємства. 9. Комплекс маркетингових комунікацій ТОВ «Агріті». 10. Матриця стратегії зростання по напрямках товар/ринку в ТОВ «Агріті». 11. Результати оцінювання комунікаційної ефективності маркетингових комунікаційних кампаній. 12. Елементи системи менеджменту маркетинговими комунікаціями. 13. Модель управління комплексом маркетингових комунікацій ТОВ «АГРІТІ». 14. Система основних показників, для визначення цілей маркетингових комунікацій Система основних показників, для визначення цілей маркетингових комунікацій. 15. Пропозиції з розробки комплексу просування продукції на ТОВ «Агріті». 16. Результати розрахунку економіко-математичної моделі.

Вихідні дані до роботи: фінансова звітність ТОВ «Агріті».

Календарний план виконання роботи

Етап виконання	Період виконання	Відмітка про виконання
Огляд літератури	листопад 2023 - січень 2024	виконано
Теоретико-методична частина	лютий-квітень 2024	виконано
Аналітична частина	травень-червень 2024	виконано
Рекомендаційна частина	липень-серпень 2024	виконано
Оформлення роботи	вересень 2024	виконано
Перевірка на плагіат	жовтень 2024	виконано
Попередній розгляд на кафедрі	жовтень 2024	виконано
Подання на рецензування	листопад 2024	виконано

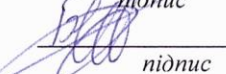
Керівник кваліфікаційної роботи


підпис

професор Сатир Л.М.

вчене звання, прізвище, ініціали

Здобувач


підпис

Блоцький О.М.

прізвище, ініціали

Дата отримання завдання « 4 » листопада 2023 р.

АНОТАЦІЯ

Блоцький О.М. Розробка комплексу маркетингових комунікацій в умовах конкурентного середовища агробізнесу

Об'єкт дослідження – процес формування комплексу маркетингових комунікацій сільськогосподарських підприємств.

Мета дипломної роботи - розробка та запровадження певних заходів в процесі формування комплексу маркетингових комунікацій на конкретному сільськогосподарському підприємстві.

Методи дослідження: монографічний, абстрактно-логічний, економіко-математичні, статистичні методи. Обробку даних здійснено з використанням програмного забезпечення Microsoft Excel.

Досліджено теоретично-методичні аспекти формування комплексу маркетингових комунікацій. Проаналізовано сучасний стан комплексу маркетингових комунікацій на підприємстві, проведена оцінка маркетингового середовища та запропоновано напрямки щодо вдосконалення комплексу маркетингових комунікацій на підприємстві.

Результати дослідження – висновки та рекомендації, наведені в дипломній роботі можуть бути застосовані в діяльності ТОВ «Агріті».

Кваліфікаційна робота магістра, зміст якої викладено на 84 сторінок, складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел із 55 найменувань, а також містить 15 таблиць, 18 рисунків.

Ключові слова: комплекс маркетингових комунікацій, конкурентоспроможність, сільськогосподарське підприємство, маркетингова стратегія, конкурентнесередовище, маркетингове середовище.

ABSTRACT

Blotsky O.M. Development of a complex of marketing communications in the competitive environment of agribusiness

LLC "Agroind" The object of research is the process of forming a complex of marketing communications of agricultural enterprises.

The purpose of the thesis is to develop and implement certain measures in the process of forming a complex of marketing communications at a specific agricultural enterprise.

Research methods: monographic, abstract-logical, economic-mathematical, statistical methods. Data processing was carried out using Microsoft Excel software.

The theoretical and methodological aspects of the formation of a complex of marketing communications have been studied. The current state of the complex of marketing communications at the enterprise was analyzed, an assessment of the marketing environment was carried out, and directions for improving the complex of marketing communications at the enterprise were proposed.

Research results - conclusions and recommendations given in the thesis can be applied in the activities of "Agriti" LLC.

The master's qualification work, the content of which is laid out on 84 pages, consists of an introduction, three sections, conclusions, a list of used sources from 55 names, and also contains 15 tables, 18 figures.

Key words: complex of marketing communications, competitiveness, agricultural enterprise, marketing strategy, competitive environment, marketing environment.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ	9
1.1. Поняття маркетингових комунікацій, види та моделі	9
1.2. Управління комплексом маркетингових комунікацій на підприємствах аграрного типу	13
Висновки до розділу 1	21
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТАНУ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА	23
2.1. Організаційно-економічна характеристика ТОВ «Агріті»	23
2.2. Аналіз маркетингового середовища ТОВ «Агріті»	29
2.3. Оцінка маркетингових комунікацій підприємства	34
Висновки до розділу 2	42
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА	45
3.1. Розробка моделі комплексу маркетингових комунікацій підприємства	45
3.2. Розрахунок математичної моделі оцінки ефективності комплексу маркетингових комунікацій ТОВ «Агріті»	56
Висновки до розділу 3	61
ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ	63
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	66
ДОДАТКИ	74

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Hlinenko, L., & Dainovskyi, Yu. (2018). Stan i perspektyvy rozvytku elektronnoi torhivli Ukrainy [Status and prospects for the development of e-commerce]. *Marketynh i menedzhment innovatsii –Innovation marketing and management*, no 1, pp. 83–102. Retrieved from [http:// <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua>](http://mmi.fem.sumdu.edu.ua) (accessed January 25, 2023) [in Ukrainian].
2. Malyuta, I. A. & Ogoł, A. E. (2019), Analysis of the current state and prospects of internet commerce development in Ukraine [Analysis of the current state and prospects for the development of Internet trade in Ukraine]/ *Efektivna ekonomika - Efficient economy* [Online], vol. 1, Retrieved from: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6845> (accessed January 25, 2023) [in Ukrainian].
3. Roberts, M. & Zahay D. (2017), *Internet Marketing: Integrating Online and Offline Strategies in a Digital Environment*, Cengage.
4. Berezovska, L. & Kyrychenko, A. (2022). Rozvytok elektronnoi komertsii v Ukraini ta YeS [Development of e-commerce in Ukraine and the EU]. *Ekonomika ta suspilstvo – Economy and society*, (42). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-42-15>
5. Obikhod, S. V. (2021). Implementatsiia informatsiino-komunikatsiinykh tekhnolohii u systemu upravlinnia biznes-protsesamy vitchyznianskykh pidpriemstv u konteksti rozvytku tsyfrovoy ekonomiky [Information and communication technologies implementation in the business process management system of domestic enterprises in the context of the digital economy development]. *Ekonomika, upravlinnia ta administruvannia – Economy, management and administration*, no 4(98), pp. 10–17.
6. Orlyk, O. (2021). Suchasni tendentsii ta napriamy vykorystannia pidpriemstvamy informatsiino-komunikatsiinykh tekhnolohii [Modern trends and directions of use by enterprises of information and communication technologies] *Visnyk sotsialno-ekonomichnykh doslidzhen : zb. nauk. prats – Socio-economic*

research bulletin, Odessa National Economic University, Odessa, no. 2(77), pp. 98–110.

7. Zakon Ukrainy «Pro elektronnu komertsiiu» [Law of Ukraine "On Electronic Commerce"]. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19#Text> (accessed January 25, 2023) [in Ukrainian].

8. Yatsenko, O. M., Hriazina, A. S., & Shevchyk, O. O. (2019) Elektronna komertsiiia yak element hlobalnoi torhovelnoi systemy [Electronic commerce as an element of the global trade system]. Aktualni problemy ekonomiky – Actual economy problems. no 8 (218), 4–15. Retrieved from: https://economics.net/archive/2019/APE-08-2019/8.19_topic_Yatsenko%20O.pdf (accessed January 25, 2023) [in Ukrainian].

9. Shkryhun, Yu. O. (2020) «Elektronnyi biznes», «elektronna komertsiiia» ta «elektronna torhivlia»: vidminnosti y osoblyvosti ["E-business", "e-commerce" and "e-commerce": differences and features.]. Upravlinnia ekonomikoiu: teoriia ta praktyka: Zb. nauk. pr. IEP NANU – Management of the economy: theory and practice: Collection of scientific works, pp. 312–325. Retrieved from: <http://dspace.nbuv.gov.ua/handle/123456789/180444>. [in Ukrainian].

10. Zosimov, V. & Berko, O. (2018) Problemy ta perspektyvy rozvytku elektronnoi torhivli v Ukraini [Problems and prospects for development of electronic trade in Ukraine]. Heometrychne modeliuвання ta informatsiini tekhnolohii – Geometric modeling and information technologies], vol. 1 (5). pp. 51–57. Retrieved from <http://mdu.edu.ua/wp-content/uploads/gmit5-51.pdf> (accessed January 25, 2023) [in Ukrainian].

11. Kovalova, O. M. (2020) Osnovni formy internet-torhivli: osoblyvosti, perevahy, nedoliky [The main forms of Internet trade: features, advantages, disadvantages] . Ekonomichna nauka – Economic science. no 7. pp. 3–8.

12. Ishcheikin, T. Ye., & Misiukevych, V. I. (2020). Svitovi tendentsii ta perspektyvy rozvytku elektronnoi komertsii v Ukraini [World trends and prospects for the development of electronic commerce in Ukraine.]. Materialy Kh Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi internet-konferentsii «Merezhevyi biznes:

stanovlennia, problemy, innovatsii» – Proceedings of the X International Scientific and Practical Internet Conference Network Business: «Development, Problems, Innovationst» (Poltava, April 27–28th, 2020). 293 p. [in Ukrainian].

13. State Statistics Service of Ukraine: website. Use of information and communication technologies at enterprises [Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy: sait. Vykorystannia informatsiino-komunikatsiinykh tekhnolohii na pidpriemstvakh]. Retrieved from: https://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/zv/ikt/arh_ikt_u.html (accessed January 25, 2023) [in Ukrainian].

14. Кузик О. Роль маркетингових комунікацій у подоланні актуальних проблем та викликів АПК України / Олег Кузик // Інвестиції: практика та досвід. — 2018. — №12. — С. 16—19. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/8_2018/8.pdf

15. Кузик О. В. Роль держави у маркетинговій комунікаційній діяльності аграрного сектора України. *Економіка та держава*. 2020. № 4. С. 177–181.

16. Багорка М.О., Якубенко Ю.Л., Кадирус І.Г. Напрями підвищення обробки інформації в системі маркетингових досліджень підприємства. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління. Том 33 (72). № 2, 2022. С. 28-36. URL: <https://dspace.dsau.dp.ua/bitstream/123456789/8072/1/%D0%91%D0%B0%D0%B3%D0%BE%D1%80%D0%BA%D0%B0%2C%20%D0%9A%D0%B0%D0%B4%D0%B8%D1%80%D1%83%D1%81%2C%20%D0%AF%D0%BA%D1%83%D0%B1%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE.pdf> DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.3.7>

17. Багорка М. О., Кадирус І. Г., Якубенко Ю. Л. Особливості маркетингового підходу при адаптації сільськогосподарських підприємств до перехідних умов господарювання. *Ефективна економіка*. 2023. № 3. URL: <https://dspace.dsau.dp.ua/handle/123456789/8072>

18. Багорка М. О., Устік Т.В. Обґрунтування вибору маркетингової стратегії управління підприємством. Проблеми сучасних трансформацій. Вип. 5. 2022. URL: <https://reicst.com.ua/pmt/article/view/2022-5-04-01/2022-5-04-01>

19. Балановська Т.В., Гоголя О.В., Драмарецька К.П. Використання маркетингового менеджменту для забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств. Agricultural and Resource Economics. 2021. Vol. 7. № 3. Р. 142-161. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/areis_2021_7_3_11

20. Вакуленко Ю.В., Олійник А.С., Чернега В.М. Роль маркетингової стратегії у розвитку аграрних підприємств. Агросвіт. 2019. № 21. С. 86–92.

21. Гаркавенко С.С. Маркетинг: підручник. 9-те вид. К.: Знання, 2018. 720 с. URL: <https://westudents.com.ua/knigi/270-marketing-garkavenko-ss.html>

22. Гуменюк А. В., Гарматюк О. В. Напрями удосконалення системи продовольчого маркетингу у сфері аграрного бізнесу. Економічні горизонти. №4. 2022. С.113–123. URL: <http://eh.udpu.edu.ua/article/view/267024>

23. Гуріна Н. В., Таргонська Л. В. Формування маркетингової політики підприємства як основа вдосконалення системи збуту аграрних підприємств. Modern Economics. 2021. № 29. С. 82-87. URL: <https://modecon.mnau.edu.ua/formation-of-marketing-policy-of/>

24. Конкурентоспроможність підприємства: навчальний посібник / Х.: ФОП Бровін О.В., 2020.–І.А. Дмитрієв, І.М. Кирчата, О.М. Шершенюк 340 с. URL: https://fmab.khadi.kharkov.ua/fileadmin/FUB/%D0%95%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D1%96%D0%BA%D0%B8_%D1%96_%D0%BF%D1%96%D0%B4%D0%BF%D1%80%D0%B8%D1%94%D0%BC%D0%BD%D0%B8%D1%86%D1%82%D0%B2%D0%B0/ek_predpriyatiy/posobiya_pdf/%D0%9F%D0%9E%D0%A1%D0%86%D0%91%D0%9D%D0%98%D0%9A_%D0%9A%D0%9E%D0%9D%D0%9A%D0%A3%D0%A0.%D0%9F%D0%86%D0%94%D0%9F%D0%A0%D0%98%D0%84%D0%9C%D0%A1%D0%A2%D0%92%D0%90_2020_.pdf

25. Домаскіна М.А., Гурський В.П. Моделювання інвестиційної стратегії сільськогосподарських підприємств. Вісник аграрної науки Причорномор'я. 2021. Вип. 4. С. 52-61. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vanp_2017_4_8

26. Дорошкевич Д.В., Литвиненко І.С., Лапань А.О. Формування цифрової маркетингової стратегії для підприємства в галузі експортного консалтингу в умовах діджитал економіки. Молодий вчений. № 2 (102). 2022. С. 69-75. <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2022-2-102-14>

27. Драмарецька К.П. Управління маркетинговою діяльністю підприємства сільськогосподарських підприємств. Агросвіт. №24.2021. С.46-51. DOI: [10.32702/2306-6792.2021.24.46](https://doi.org/10.32702/2306-6792.2021.24.46)

28. Дячков Д.В. Роль маркетингової стратегії у розвитку аграрних підприємств. Агросвіт. 2019. № 21. С. 86-92. 23. Євтушенко Г.В. Особливості сучасних маркетингових стратегій українських підприємств. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Економіка і менеджмент. 2019. Вип. 40. С. 75-81. DOI: [10.32702/2306-6792.2022.2.24](https://doi.org/10.32702/2306-6792.2022.2.24)

29. Євтушок О.В., Ліпова О.Л., Бахчиванжи В.В. Обґрунтування маркетингової стратегії розвитку аграрного підприємства ринкового типу. Економіка харчової промисловості. Вип. 1. 2018. С. 54-63. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/echp_2018_10_1_8

30. Ільченко Т. В. Маркетингова стратегія діяльності аграрних підприємств в умовах діджиталізації. Економіка та суспільство. 26/2021. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/346/331> DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-26-21>

31. Коваленко Г. О., Чукіна І.В. Вдосконалення управління маркетинговою діяльністю аграрних підприємств. Ефективна економіка. 2021. № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8517>

32. Коваль О.В. Концепція формування маркетингової стратегії аграрних підприємств. Економіка та суспільство. Вип. 39. 2022. URL:<http://repository.vsau.org/getfile.php/32502.pdf>

33. Коноплянникова М.А. Управління маркетинговою діяльністю: поняття, принципи, підходи. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. № 17. С. 332-336.

34. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу. Вільямс, 2020. 880 с. 82

35. Кустріч Л.О. Маркетингова конкурентна стратегія як необхідний елемент системи управління підприємством. Вісник ХДУ. № 33. 2019. С. 112-116.

36. Ларіна Я.С., Завальнюк К.С. Маркетингові стратегії зростання аграрних формувань: Монографія. К.: 2019. 275 с.

37. Мазур К., Коваль О. Теоретико-методологічні аспекти маркетингового механізму в діяльності аграрних підприємств. Підприємництво та інновації. №26. 2023. С. 52-57.

38. Макаренко Н. Моделювання сценаріїв розвитку логістичних систем аграрних підприємств. Bulletin of Sumy National Agrarian University. 2020. 3 (85). С. 61-68.

39. Маркетинг: підручник. за ред. А.О. Старостіної. К: «НВП «Інтерсервіс», 2018. 216 с.

40. Названо першу десятку найбільших покупців української агропродукції за минулий рік. URL: <https://landlord.ua/news/nazvano-pershudesiatku-naibilshykh-pokuptsiv-ukrainskoi-ahroproduksii-za-mynulyi-rik/>

41. Ніколайчук О. Маркетингова стратегія: сутність й особливості. Галицький економічний вісник. №6 (61). 2019. С.111-118. 38. Петрова І., Лойко Є. Методичні засади розробки маркетингової стратегії підприємства. Вчені записки Університету «КРОК». 1(65). 2022. С. 95–104.

42. Портер М. Міжнародна конкуренція. К.: Знання, 2017. 896 с. 40. Продіус Ю.І. Вплив маркетингової діяльності на конкурентоспроможність підприємства. Мистецтво наукової думки. 2019. С.26-29.

43. Пронько Л. М., Токар К. С. Маркетингова стратегія у формуванні конкурентоспроможності підприємства. Ефективна економіка. 2022. №4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=10164>
44. Ратушна Ю.Л. Управління маркетингом в діяльності підприємства малого та середнього бізнесу. Інвестиції: практика та досвід. 2020. С.111- 115. DOI: [10.32702/2306-6814.2020.15-16.111](https://doi.org/10.32702/2306-6814.2020.15-16.111)
45. Сенишин О.С. Маркетинг: навч. посібник. Львів: Львівський національний університет імені Івана-Франка, 2020. 347 с. URL: https://econom.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/10/MARKETING_NAVCH.POSIBNYK_SENYSHYN-KRYVESHKO_FINAL_ALL.pdf
46. Соковніна Д.М. Адаптивна маркетингова стратегія підприємства: методика формування та реалізація. Економіка та держава. 2020. № 10. С. 89–92. DOI: [10.32702/2306-6806.2020.10.89](https://doi.org/10.32702/2306-6806.2020.10.89)
47. Солнцев С.О., Москаленко О.Д., Черненко О.В. Система моніторингу маркетингового середовища підприємства. Економічний вісник НТУУ «Київський політехнічний інститут». 2018. №15. URL: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/139616/136560>
48. Східницька Г.В., Содома Р.І. Стратегічне управління у діяльності сільськогосподарських підприємств як складова забезпечення їх фінансово-економічної безпеки. Матеріали VIII Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Обліково-аналітичне забезпечення системи фінансово-економічної безпеки: інформаційно-комунікаційні технології та антикорупційний менеджмент». 2019. URL: <https://ojs.kname.edu.ua/index.php/area/issue/view/36>
49. Тарасюк А.В. Шляхи вдосконалення управління маркетинговою діяльністю аграрних підприємств. Економіка АПК. 2019. № 8. С. 103-109.
50. Чигрин О. Ю., Мішенін Є. В., Дутченко О. М., Пізняк Т. І. Механізми узгодження соціо-еколого-економічних протиріч при чистому виробництві. Збалансоване природокористування. 2019. № 4. С. 61–66.

51. Якубенко Ю., Кобернюк С. Інструментарій підвищення конкурентоспроможності підприємств засобами маркетингових комунікацій. Економічні науки. Вісник Хмельницького національного університету 2023, № 2 С.274-280. DOI: <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-316-2-44>

52. Kukhar, M. (2018), "The agrarian complex provided 12% of GDP and 40% of total exports", Dzerkalo tyzhnia, available at: https://dt.ua/ECONOMICS/agrarniy-komplekszabezpechiv-12-vvp-i-40-vsogo-eksportu-269659_.html (Accessed 27 July 2018).

53. Holidej, R. (2018), Marketynh majbutn'oho. Yak hrouzkhakery zminiuiut' pravyla hry [Marketing of the future. As grub-hackers change the rules of the game], Nash format, Kyiv, Ukraine.

54. State Statistics Service of Ukraine (2018), available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (Accessed 27 July 2018).

55. Klochok, V. (2018), "Ukrainian village — exchangeable coin when the land market starts", Dzerkalo tyzhnia, vol. 1196, available at: https://dt.ua/ariculture/ukrayinske-selorozminna-moneta-pri-zapusku-rinku-zemli-279528_.html (Accessed 27 July 2018).