

УДК 658:339.137.2

Божанова В.Ю.*доктор економічних наук, професор,
професор кафедри менеджменту організацій і адміністрування
Дніпродзержинського державного технічного університету***Кучер М.М.***кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту організацій і адміністрування
Дніпродзержинського державного технічного університету***Лисаченко А.А.***студент
Дніпродзержинського державного технічного університету*

ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ХЛІБОПЕКАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

INCREASING OF BAKERIES COMPETITIVENESS

АНОТАЦІЯ

Уточнено понятійний апарат конкурентоздатності підприємства, розмежено близькі за змістом поняття «конкурентоздатність», «конкурентоспроможність», «конкурентостійкість». Конкретизовано методи оцінки її рівня. Досліджено стан підприємств хлібопекарської галузі. Виявлені причини неприбутковості даного сектору економіки та надано рекомендації щодо напрямів зміцнення конкурентних переваг хлібопекарських підприємств у сучасних економічних умовах.

Ключові слова: конкурентоздатність підприємства, конкурентоспроможність, конкурентостійкість, методи оцінки, підприємство хлібопекарської галузі, хлібозавод, шляхи підвищення.

АННОТАЦИЯ

Уточнен понятийный аппарат конкурентоспособности предприятия, разграничены близкие по содержанию понятия «конкурентоспособность», «возможность конкурировать», «конкурентоустойчивость». Конкретизированы методы оценки ее уровня. Исследовано состояние предприятий хлебопекарной отрасли. Выявлены причины неprofitability данного сектора экономики и даны рекомендации относительно направлений укрепления конкурентных преимуществ хлебопекарных предприятий в современных экономических условиях.

Ключевые слова: конкурентоспособность предприятия, возможность конкурировать, конкурентоустойчивость, методы оценки, предприятие хлебопекарной отрасли, хлебозавод, пути повышения.

ANNOTATION

Refined conceptual framework of the competitiveness of enterprises, differentiated similar to the concept of "competitiveness", the "opportunity to compete", "competitive stability". Specific valuation techniques of its level. The reasons of unprofitability of this sector and recommendations on ways of strengthening the competitive advantages of the baking enterprises in modern economic conditions.

Keywords: competitiveness of enterprises, the ability to compete, competitive stability, methods of an estimation, the enterprise of baking industry, bakery, ways to improve.

Постановка проблеми. Нестабільність і складність нинішньої економічної ситуації в країні та жорстка конкуренція на ринку хліба, викликана скороченням споживання та зміною кон'юнктури даного ринку, обумовлюють актуальність питання конкурентоздатності хлібопекарських підприємств. Для забезпечення свого стійкого розвитку підприємствам, що

виробляють продукти, які входять до основного продуктового кошику і, відповідно, відіграють суттєву роль у забезпеченні соціально-економічної стабільності суспільства, важливо врахувати вимоги споживачів щодо якості продукції, проводити постійний аналіз особливостей та тенденцій розвитку хлібозаводів з метою виявлення проблем та обґрунтування напрямів підвищення конкурентоздатності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Класичними роботами з питань дослідження конкурентоздатності є роботи І. Ансоффа, П. Діксона, П. Друкера, М. Мескона, Г. Мінцберга, М. Портера, А. Томпсона та А. Стрікланда. На ці роботи посилаються українські (О. І. Амоша, А. Е. Воронкова, Б. В. Губський, С. Б. Довбня, Ю. Б. Іванов, О. Б. Чернега, В. А. Павлова, О. А. Похильченко, Є. В. Крикавський, М. С. Рахман та інші) та російські вчені (Р. Фатхутдінов, Є. Голубков, Х. Фасхiev та інші) [1; 7; 15]. Актуальним питанням оцінювання конкурентоздатності підприємств харчової промисловості значну увагу приділено у роботах П. П. Борщевського, О. Б. Бутнік-Сіверського, Т. А. Говорушко, Л. В. Гринів, Л. В. Дейнеко, С. В. Клімчук, Д. Ф. Крисанова, О. Ю. Ничипорук, П. В. Осіпова, С. В. Позняк, М. П. Сичевського, А. В. Череп, Л. Г. Чернюк та інших.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Сучасні вчені підкреслюють актуальність проблем дослідження конкурентоздатності на різних рівнях. При цьому найбільшу увагу приділено вивченню конкурентоздатності товарів та послуг, в той же час практичні аспекти конкурентоздатності підприємств розкриті менше.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження понятійного апарату конкурентоздатності підприємства, конкретизація методів оцінки та обґрунтування шляхів її підвищення на прикладі хлібопекарських підприємств.

Виклад основного матеріалу. Конкурентоздатність виступає складним і багатоаспектним поняттям, що в перекладі з латинської мови означає боротьбу, суперництво за досягнення найкращих результатів. Конкурентоздатність виявляється лише в умовах конкуренції і через конкуренцію (підприємства самого з собою (співставлення результатів, досягнутих в попередній період своєї діяльності, з результативністю за аналогічний останній період); один з одним (суперництво за досягнення будь-чого); колективу з колективом; продукції даного виду з аналогічною продукцією і таке інше).

Існуючі у науковій літературі визначення поняття конкурентоздатності характеризуються неоднозначністю та розмаїттям. Кожне з визначень інтерпретується та аналізується в залежності від економічного об'єкту, який розглядається; охоплює ту чи ту сторону конкурентоздатності, або робить спробу її комплексної характеристики. Так, для характеристики феномена конкурентоздатності використовуються поняття порівняльних витрат (Д. Рікардо), порівняльних переваг (Є. Хекшер, Б. Олін), порівняння конкурентних переваг, чинників управління та продуктивності використання ресурсів (М. Портер), конкурентного статусу фірми (І. Ансофф) [1; 3].

Аналіз та узагальнення існуючих визначень конкурентоздатності дозволили виділити такі її класифікації: за масштабами (регіональний, національний або світовий ринки (підприємство, галузь, країна)); за сферами наукової діяльності (філософська категорія, ринкова, економічна, соціальна); за сферами управління діяльністю підприємства (залучення інвестицій, менеджмент організацій); за науковими рівнями або категоріями (конкурентний статус, конкурентний рівень, позиції, засіб, процес).

Критерії, характеристики і фактори динаміки конкурентоздатності на рівні підприємства мають свою специфіку. Так, на думку Захарчина Г. М. конкурентоздатність підприємств – це отримання прибутку [10, с. 13], а на думку Арестенко В.В. – здатність витримати конкуренцію у порівнянні з аналогічними підприємствами [2, с. 12].

У якості факторів формування конкурентоздатності Сладкевич В.П. [18] вказав складові конкурентоздатності підприємства (зовнішній та внутрішній ринки). При цьому рівень конкурентоздатності визначено ним стосовно конкурентів, що діють на тому ж ринку.

На думку Трухан О.Л. [3], конкурентоздатність досягається лише у випадку, коли підприємство володіє рядом конкурентних переваг. Тому підприємство повинно піклуватися про те, щоб покращувати ці переваги, щоб завжди бути попереду конкурентів, оскільки кожна перевага рано чи пізно буде перейнята конкурентами.

До конкурентних переваг підприємства уключаються: ресурси підприємства; його висока компетентність в певній галузі, що ство-

рює найкращі можливості перемагати інші підприємства, залучати покупців і зберігати їх прихильність до продукції підприємства; цінність, якою володіє підприємство та яка надає йому перевагу над іншими; ключові фактори успіху (конкурентні можливості, прибутковість).

Отже, конкурентоздатність підприємства можна розуміти як реальну здатність, а також наявні для цього можливості підприємства вивчати попит (ринок), проектувати, виготовляти та реалізувати товари, які за своїми параметрами у комплексі більш прийнятні для споживачів, ніж товари конкурентів [15]. Також її можна розглядати як уміння виробляти і реалізувати швидко та дешево якісну продукцію в достатній кількості.

Характерними рисами конкурентоздатного підприємства є: здатність конкурувати та отримувати перевагу в конкурентній боротьбі; здатність виробляти конкурентоздатні товари; здатність забезпечувати високі життєві стандарти своїх працівників; здатність високопродуктивного використання наявних ресурсів.

Наслідком реалізації механізму конкурентоздатності є стійкий фінансовий стан, стійка ринкова позиція та наявність потенціалу для подальшого зростання у суб'єкта, який володіє цією здатністю. Тобто конкурентоздатним є підприємство (фірма), що здатне довгий час залишатися прибутковим в умовах відкритої ринкової економіки.

Аналіз та узагальнення основних категорій щодо конкурентоздатності підприємства дозволяє охарактеризувати поняття як відносну комплексну характеристику, що виражає відмінність у розвитку конкретного підприємства від розвитку інших за ступенем задоволення товарами потреб споживачів і за ефективністю виробничої діяльності. До кола показників, які визначають конкурентоздатність підприємств, включаються: частка на ринках; чистий дохід на одну зайняту ринкову нішу; чисельність зайнятих ринкових ніш; кількість основних конкурентів.

Внутрішня і зовнішня ефективність діяльності підприємства, проявом якої є конкурентоздатність, тісно взаємопов'язані. Внутрішня ефективність є дзеркальним відображенням її зовнішньої складової, оскільки, якщо підприємство раціонально використовує свої фінансові, матеріальні, технічні, трудові ресурси, має ефективну структуру управління тощо, то воно найчастіше створює товари, які відповідають ринковим потребам і пропонує їх ринку через відлагоджену збутову систему. «Ідеальний товар», тобто товар, який максимально задовольнить ринкові потреби, може виникнути лише у випадку, якщо при його створенні та подальшому просуванні будуть задіяні конкурентоздатні партнери: постачальники, посередники тощо. Отже, підприємство буде конкурентоздатним, якщо будуть конкурентоздатні всі його партнери, оскільки в іншому випадку

не можна отримати вчасно якісні сировину та матеріали за найнижчими цінами, забезпечити ефективний збут товарів до закінчення терміну їх реалізації тощо. Конкурентоздатність і ефективність – поняття близькі, але не тотожні, оскільки можна, наприклад, розглядати ефективність діяльності підприємства-монополіста, проте не можна розрахувати його конкурентоздатність, бо у нього не має конкурентів.

У працях вчених-економістів зустрічаються близькі за змістом до поняття «конкурентоздатність» поняття «конкурентоспроможність» та «конкурентостійкість».

Серед небагатьох економістів, які підкреслюють необхідність розгляду відмінностей між зазначеними термінами, уваги заслуговує погляд О. В. Дейнеги. Спираючись на лінгвістичний аналіз даних термінів, він дає таке визначення: конкурентоспроможність – це комплекс характеристик об'єкта (товару, підприємства, регіону, країни), який визначає його потенційний результат на ринку; конкурентоздатність – це здатність певного об'єкта

(товару, підприємства, регіону, країни) витримувати конкуренцію порівняно із аналогічними об'єктами на ринку [7, с. 62]. Тобто, конкурентоздатність є категорією, яку в більшій мірі слід застосовувати до об'єктів, які вже діють на ринку, а конкурентоспроможність до новостворених об'єктів, які тільки мають виходити на ринок.

Разом з тим, обидва наведені визначення є статичними. Вони не враховують динаміку досліджуваного поняття, здатність підприємства ефективно адаптуватися до умов зовнішнього середовища, і трансформувати потенційні можливості у фактичні. Динаміку змін конкурентоздатності відображає таке поняття, як конкурентостійкість. Під конкурентостійкістю підприємства розуміють можливість підприємства втримати свою нішу на ринку товарів та/або розширити її [3].

Досягнення підприємством конкурентостійкості ґрунтується на поєднанні конкурентоздатності та конкурентоспроможності підприємства: потенційні можливості підприємства

Таблиця 1

Систематизація існуючих методів оцінки конкурентоздатності підприємства

Найменування групи методів	Основні представники	Основні недоліки	Основні переваги	Застосовність для оцінки конкурентоздатності підприємства
Методи, засновані на оцінці конкурентоспроможності товару	Р.А. Фатхутдінов	Не оцінюються фактори конкурентоспроможності підприємства	Можливе використання для оцінки реалізації конкурентного потенціалу	Непридатна, оскільки не дає змоги виявити вузькі місця в потенціалі підприємства
Методи, засновані на теорії ефективної конкуренції	Консультативна фірма "Даненд Бредстрит" І. Максимова	Оцінка конкурентоспроможності підприємства ототожнюється з оцінкою ефективності роботи підприємства	Можливе використання для оцінки ефективності роботи підприємства всередині галузі	Непридатна, оскільки відсутня оцінка всіх факторів конкурентоспроможності підприємства, його потенціалу
Оцінка конкурентного статусу підприємства на основі його стратегічних потенціалів	А.П. Градов	Складна в практичному застосуванні, труднощі з підбором експертів, орієнтованих на довготривалий проміжок часу; включає ретроспективу та перспективу підприємства, складні формулювання	Підхід теоретично дає змогу оцінити конкурентний статус підприємства та його перспективи	Підхід занадто складний у практичному застосуванні
Матричні методи	"Бостон консалтинг груп", компанія "Мак-Кінзі", І. Ансофф	Матриця БКГ відображає результат конкурентної боротьби, не розкриває факторів конкурентоспроможності підприємства; матриця "Мак-Кінзі" складна у застосуванні, ускладнено отримання необхідної інформації, відсутнє однозначне трактування понять "оптимальна стратегія" та "критичний рівень капітальних вкладень"	Матрицю БКГ можна використовувати для розподілу фінансів між різними товарними групами; матриця "Мак-Кінзі" теоретично дає змогу уявити конкурентний статус підприємства	Матриця БКГ непридатна, оскільки не розкриває факторів конкурентоспроможності підприємства; матриця "Мак-Кінзі" – через складність застосування

(конкурентоспроможність) можуть трансформуватись у реальні (конкурентоздатність) тільки за умови конкурентостійкості.

Приведення механізму конкурентоздатності в дію потребує проведення серйозних досліджень у цій області, вивчення і систематизації факторів, що впливають на неї. Нині у таких дослідженнях усе більшого поширення набувають методи конкурентного аналізу, які дозволяють виявити порівняльні переваги підприємств та їхній конкурентний потенціал.

Методи оцінки конкурентоздатності виробника досить різноманітні – по порівняльних перевагах; по факторах виробництва; по ринкових позиціях підприємства; по якості продукції; матричний метод. Ці методи досить докладно проаналізовані у літературі, наприклад, у роботі професора Н. К. Моїсєєвої [12]. Враховуючи досить значну кількість різноманітних методів оцінки конкурентоздатності підприємства, вважаємо за доцільне їх систематизувати (табл. 1).

Знання власних сильних сторін за різними аспектами господарської діяльності дозволяє виробляти ефективні та дієві стратегії майбутнього розвитку, виявляти резерви підвищення ефективності господарської діяльності в цілому.

Результати дослідження конкурентного середовища та сучасного стану підприємств хлібопекарської галузі наведені нижче.

Особливості виробництва та споживання хлібобулочних виробів визначаються вподобаннями покупців, демографічною структурою та кількістю населення, рівнем доходів, іншими соціальними та виробничими умовами. В сучасних умовах ринку хлібопекарських виробів України притаманні тенденції постійного скорочення офіційних обсягів виробництва. Так, з 1990 року по 2012 рік промислове виробництво хліба та хлібобулочних виробів знизлося майже в 4 рази, а темпи зниження обсягів виробництва хлібобулочних виробів випереджають темпи зниження кількості населення в Україні (табл. 2) [8].

Однією з основних причин постійного скорочення обсягів виробництва хліба та хлібобулочних виробів є скорочення чисельності

населення. Однак, окрім цієї проблеми, нині додається проблема скорочення реальних доходів громадян. Лише в 2014 році інфляція склала майже 25%. Це позначилося на ринку хлібовиробів. Так, за даними Державної служби статистики України (оцінка Pro-Consulting), у листопаді 2014 року виробництво хліба та хлібобулочних виробів було на 10,4% меншим, ніж у листопаді 2013 року і становило 1010,6 тис. тон) [13]. Найбільший негативний вплив припав на цінові сегменти «середній» і «вище середнього». Сильніше всього споживчі настрої погіршилися у найбільш економічно активних громадян у віці 31-45 років. Саме в 2009 році ринок хлібобулочних виробів вперше продемонстрував падіння. Ця тенденція спостерігається дотепер.

Важливою сучасною тенденцією розвитку конкурентного середовища підприємств хлібопекарської галузі є нестримне зростання цін на хліб та хлібобулочні вироби. Так, відповідно до даних Державної інспекції України з контролю за цінами станом на 30.09.2014 на підприємствах торгівлі середня роздрібна ціна по Україні на три основні види хліба, які мають найвищий інтерес серед споживачів, зросла на 17,6% (0,95 грн./кг) по відношенню до ціни на кінець 2013 року. Фактично, тільки за 2014 рік ціни на хліб зросли більше ніж на 30% по відношенню до 2013 року. Ця негативна тенденція зростання цін на хліб продовжується і нині.

Експерти пояснюють це зростання, по-перше, зростанням цін на основні складові сировини, зростанням цін на борошно, а, по-друге, збільшенням частки виробів середнього та преміум сегментів, який корелює із зростанням частки сучасних торговельних форматів, коли кожен другий покупець готовий сплачувати більше за більш якісний хліб [9].

Важливим фактором зниження попиту на хлібовироби є також зміна раціону харчування, який з підвищенням добробуту населення зміщується в бік інших продуктів. Населення все більше тяжіє до так званого здорового харчування.

Вагомою причиною скорочення обсягу виробництва промислового виробництва хлібовиробів

Таблиця 2
Динаміка виробництва хлібобулочних виробів промисловими підприємствами України

Рік	Виробництво, тис. тн	% до попереднього періоду	Середньорічна чисельність населення, тис. чол.	% до попереднього періоду	Виробництво на 1 особу, кг	% до попереднього періоду
1990	6701		51557		130,0	
1991	6685	99,8	51624	100,1	129,5	99,6
1997	3060	88,6	50400	97,6	60,7	46,9
2001	2449	80,0	48664	96,6	50,3	82,9
2008	1978	80,8	46192	94,9	42,8	85,1
2009	1828	92,4	45963	99,5	39,8	92,9
2010	1807	98,9	45783	99,6	39,5	99,2
2011	1694	93,7	45598	99,6	37,2	94,1
2012	1679	99,1	45453	99,7	36,9	99,4

став і перерозподіл хлібопекарського ринку між великими та малими підприємствами, міні-пекарнями, власними пекарнями супермаркетів та домашніми господарствами. Так, за даними Об'єднання підприємств хлібопекарної промисловості «Укрхлібпром», близько 65% хлібопекарських виробів в 2012 році вироблялось поза статистичною звітністю, тобто підприємствами, що не проходили державну реєстрацію, а отже на офіційних виробників даного продукту приходилося лише 35% [6; 11; 20]. Це значно впливає на рівень конкурентоздатності хлібо заводів.

Офіційно в Україні вироблено менше потенційної ємності даного ринку, яка розрахована, виходячи із середньозваженої норми споживання хліба на одну особу на рік [8; 17]. Проте, у цілому, попит на хліб в Україні задовольняється.

В основі нинішньої ситуації на досліджуваному ринку хлібобулочних виробів лежить досить жорстке адміністративне регулювання, яке стосується регламентації рівня рентабельності на соціальні сорти хліба. Так, Постановою Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку формування цін на продовольчі товари, щодо яких запроваджено державне регулювання» від 17.04.2008 р. № 373 [16] місцевим державним адміністраціям надані повноваження встановлення граничних рівнів рентабельності на соціальні сорти хліба з метою регулювання цін на них.

Наслідком такого регулювання є, безумовно, збитковість галузі та низький рівень її розвитку, що обумовлено «часткою хліба, який підлягає регулюванню, яка складає 75,5% загального обсягу виробництва хлібопекарських виробів. А на окремих підприємствах регульовані види продукції становлять 90%. В результаті знижується рентабельність виробництва та унеможливується оновлення матеріально-технічної бази» [14, с. 57].

За даними Державної служби статистики України за період з 2007 р. по 2012 р. питома вага хлібопекарських підприємств, які отримали збиток у 2011 р., порівняно з 2007 р. збільшилась на 11,7% і склала 38,2% загальної кількості підприємств (табл. 3). У 2012 році

сума збитку хлібопекарських підприємств становила 320,5 млн. грн.

Подібна ситуація гальмує технічне переоснащення хлібопекарських підприємств, більше 65% обладнання яких фізично та морально застаріло. Українським хлібопекарським підприємствам (саме промисловим хлібо заводами) притаманний такий технічний стан, як: знос будівель – 40%, споруд – 48%, технологічного обладнання – 68%, в тому числі основного технологічного обладнання печей та тістомісильних машин – від 60% до 80%. Більшість промислових хлібопекарських печей (близько 60%) неефективні з точки зору енергозбереження [5, с.7].

У таких умовах навіть на найпотужніших підприємствах за останні роки майже не було нововведень, що на фоні висококонкурентних передових технологій та інновацій, які використовують зарубіжні підприємства, свідчить про дуже низькі конкурентні позиції національних хлібопекарських підприємств [14, с. 57].

Висновки. Нині хлібопекарське промислове виробництво є неприбутковим сектором економіки з високим ступенем державного регулювання. Йому притаманні: зниження обсягів виробництва та погіршення структури споживання хліба та хлібопекарських виробів, зниження якості хлібної продукції, погіршення фінансового стану підприємств, низькі темпи модернізації технологічних ліній при високому ступені їх зносу.

Серед найважливіших передумов підвищення конкурентоздатності підприємств в хлібопекарській промисловості України, пропонується впровадити низку заходів, а саме: встановлення рівня рентабельності виробництва хліба (на масові сорти), який би забезпечував необхідні ресурси для техніко-технологічного оновлення застарілого обладнання; звільнення від сплати або хоча б зменшення ставки ПДВ та спрямування вільних від цього коштів на впровадження та розвиток нових технологій; звільнення від оподаткування частини податку на прибуток, яку підприємства повинні будуть спрямовувати виключно на технічне переоснащення фізично зношеного та застарілого обладнання, а також впровадження енергозберігаю-

Таблиця 3
Окремі фінансові показники хлібопекарських підприємств в Україні за 2007-2012 роки

Рік	Чистий прибуток (збиток), млн. грн.	Підприємства, які одержали прибуток		Підприємства, які одержали збиток		Рівень рентабельності (збитковості) операційної діяльності, %
		у % до загальної кількості підприємств	фінансовий результат, млн. грн.	у % до загальної кількості підприємств	фінансовий результат, млн. грн.	
2007	-10,3	65,8	122,6	34,2	132,9	1,2
2008	-197,9	65,2	131,5	34,8	329,5	0,8
2009	- 86,4	65,2	118,9	34,8	205,4	1,2
2010	- 21,8	60,0	137,9	40,0	159,7	1,1
2011	-257,1	61,8	188,0	38,2	445,1	0,2
2012	-320,5	60,1	152,2	39,9	472,7	0,6

Джерело: [19]

чих технологій [14, с. 61]; функціонування в галузі вертикально-інтегрованих комплексів, що буде сприяти підвищенню рентабельності хлібопекарського виробництва. Їх частка на даному ринку складає 25-30% [4, с. 5].

До зазначених заходів варто додати: підвищення якості хлібопродукції за рахунок харчових добавок при забезпеченні порівняно низьких витрат на всіх стадіях виробничого циклу; більш чітка організація збуту (власна мережа, ефективна реклама, широкий товарний асортимент, красива упаковка); творче використання корисного досвіду конкурентів; уміле маніпулювання ціновими чинниками конкурентної боротьби на не основні хлібобулочні вироби.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Ансофф. И. Стратегическое управление: Монография / И. Ансофф / Пер.с англ. Е. Л. Леонтьевой и др.; науч. ред., рец. Л. И. Евенко. – М.: Экономика, 2004. – 520 с.
2. Арестенко В. В. Методи і моделі оцінювання конкурентоспроможності підприємств АПК // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 10 (88). – С. 10-15.
3. Бабина О. Є. Динамічний підхід до визначення поняття «конкурентоздатність» / О. Є. Бабина // С. 17-22. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.advertology.ru>.
4. Васильченко А. Н. Некоторые особенности функционирования рынка хлеба в Украине / А. Н. Васильченко // Хранение и переработка зерна. – 2013. – № 3. – С. 8-10.
5. Васильченко А. Н. Состояние и перспективы развития хлебопекарной промышленности в Украине / А. Н. Васильченко // Харчова наука і технологія. – 2009. – № 1. – С. 5-8.
6. Виробництво промислової продукції за видами в Україні: Статистичний бюлетень за 2012 р. – К.: Державна служба статистики України, 2012.
7. Дейнега О. В. Методологічні аспекти оцінювання конкурентоздатності підприємств [Електронний ресурс] // Наукові праці Вінницького національного технічного університету. Електронне наукове фахове видання. Відділ Логістика. – 2008. – С. 61–68. – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/VNULP/Logistyka/2008_623/10.pdf. – Назва з екрану.
8. Державна програма активізації розвитку економіки на 2013-2014 роки / Затверджено постановою Кабінету Міністрів України від 27 лютого 2013 р. № 187 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.kmu.gov.ua/control/publish/article?art_id=246247059.
9. Ємність внутрішнього споживчого ринку сільськогосподарської продукції та продовольства / за ред. академіка НААН О. М. Шпичака. К: ННЦ ІАЕ УААН, 2013. – 180 с.
10. Захарчин Г. М. та ін. Забезпечення конкурентоспроможності та розвиток організаційної культури підприємства: сучасна парадигма і прикладний аспект / Г. М. Захарчин, Л. С. Лісовська, А. А. Терехух: Монографія. – Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2009. – 440 с.
11. Кіхая Ю. В. Сучасні тенденції розвитку хлібопекарської промисловості України / Ю. В. Кіхая // Економіка та управління національним господарством. Випуск II (54). – 2014. – С. 82.
12. Моисеева Н. К. Современное предприятие: конкурентоспособность, маркетинг, обновление / Н. К. Моисеева, Ю. П. Анискин. – М: Внешторгиздат, 1999. – 304 с.
13. Офіційний сайт Держкомстату України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
14. Пітель Н. Я. Проблеми розвитку міжнародного бізнесу підприємств хлібопекарської галузі АПК України / Н. Я. Пітель // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. – 2011. – № 2. – С. 56-61.
15. Похильченко О. А. Конкурентоздатність: ознаки та чинники формування / О. А. Похильченко, Є. В. Крикавський // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 5. – Т. 3. – С. 267-270.
16. Про затвердження Порядку формування цін на продовольчі товари, щодо яких запроваджено державне регулювання цін: Постанова Кабінету Міністрів України від 17.04.2008 р. № 373 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rada.gov.ua.
17. Ралко О. С. Дослідження ринку хліба та хлібобулочних виробів України / О. С. Ралко // Проблеми науки. – 2012. – № 8. – С. 39-44.
18. Сладкевич В. П. Сучасний менеджмент організації : навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / В. П. Сладкевич, А. Д. Чернявський. – К.: МАУП, 2007. – 488 с.
19. Чистий прибуток (збиток) за видами економічної діяльності у 2012 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
20. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://carbofood.ru/novosti-mukomolnoj-i-xlebopekarnoj-promyshlennosti/dnepropetrovskaia-oblast-v-ianvare-2014-g-ostalas-liderom-proizvodstva-hlebobylochnyh-izdelii-v-ukraine>