

ШЕРЕМЕТОлег Олексійович
oiv@doc.nuft.edu.ua

УДК 330.101

**ІНТЕГРАЦІЙНІ АСПЕКТИ КОНЦЕПТУАЛЬНИХ ПІДХОДІВ ДО ВИБОРУ
РИНКОВИХ СТРАТЕГІЙ У ХАРЧОВІЙ ПРОМИСЛОВОСТІ**к.е.н., доцент, директор,
Навчально-науковий
інститут економіки і
управління, Національний
університет харчових
технологій**INTEGRATING ASPECTS OF THE CONCEPTUAL APPROACHES TO THE
SELECTION OF MARKET STRATEGIES IN THE FOOD INDUSTRY****SHEREMET Oleh Oleksiiovych** – PhD in Economics, Associate Professor, Director of the Education and Research Institute of Economics and Management, National University of Food Technologies

У статті досліджено теоретичні аспекти інтеграційної складової при обґрунтуванні концептуальних підходів до вибору ринкових стратегій у харчовій промисловості. Визначено групи факторів, які впливають на формування стратегії розвитку суб'єктів харчової промисловості, які функціонують в умовах внутрішньогалузевої конкуренції. Визначені аспекти, які у контексті співвідношення основних рушійних сил внутрішньогалузевої конкуренції забезпечують її інтенсивність між суб'єктами харчової промисловості. Запропоновано послідовність дослідження рушійних сил конкуренції у харчовій промисловості. На основі дослідження рушійних сил внутрішньогалузевої конкуренції обґрунтовано та доведено, що суб'єкти харчової промисловості повинні мати наступні ринкові стратегії: внутрішньогалузева конкуренція, яка базується на товарній диференціації; на цінній адаптації та на певному сегменті ринку харчової продукції. Запропонована матриця SWOT-аналізу ринкової стратегії суб'єкта харчової промисловості. Визначено основні аспекти внутрішньогалузевої інтеграції у харчовій промисловості. Обґрунтовано, що розвиток внутрішньогалузевих інтеграційних процесів у харчовій промисловості є одним з важливих напрямів ефективного функціонування її суб'єктів, що забезпечить галузеву конкурентоспроможність у внутрішньому та зовнішньому середовищі. Доведено, що внутрішньогалузева пряма інтеграція горизонтального, вертикального або змішаного типу сприятиме зростанню ділової та інноваційно-інвестиційної активності у харчовій промисловості, що забезпечить її стратегічний розвиток та зростання.

* * *

В статье исследованы теоретические аспекты интеграционной составляющей при обосновании концептуальных подходов к выбору рыночных стратегий в пищевой промышленности. Определены группы факторов, влияющих на формирование стратегии развития субъектов пищевой промышленности, которые функционируют в условиях внутриотраслевой конкуренции. Определены аспекты, которые в контексте соотношения основных движущих сил внутриотраслевой конкуренции, обеспечивают ее интенсивность между субъектами пищевой промышленности. Предложена последовательность исследования движущих сил конкуренции в пищевой промышленности. На основе исследования движущих сил внутриотраслевой конкуренции обосновано и доказано, что субъекты пищевой промышленности должны иметь следующие рыночные стратегии: внутриотраслевая конкуренция, основанная на товарной дифференциации; на ценовой адаптации и на определенном сегменте рынка пищевой продукции. Предложенная матрица SWOT-анализа рыночной стратегии предприятия пищевой промышленности. Определены основные аспекты внутриотраслевой интеграции в пищевой промышленности. Обосновано, что развитие внутриотраслевых интеграционных процессов в пищевой промышленности является одним из важных направлений эффективного функционирования ее субъектов, что обеспечит отраслевую конкурентоспособность на внутреннем и внешнем рынке. Доказано, что внутриотраслевая прямая интеграция горизонтального, вертикального или смешанного типа будет способствовать росту деловой и инновационно-инвестиционной активности в пищевой промышленности, обеспечит ее стратегическое развитие и рост.

* * *

The article explores the theoretical aspects of the integration component in substantiating conceptual approaches to the choice of market strategies in the food industry. There are identified groups of factors that influence the development of food industry development strategies that operate in the context of intra-industry competition. Certain aspects, which in the context of the ratio of the main driving forces of intra-industry competition, provide its intensity between the subjects of the food industry. The sequence of research of the driving forces of competition in the food industry is proposed. Based on a study of the driving forces of intra-industry competition, it is substantiated and proved that food industry operators should have the following market strategies: intra-industry competition based on product differentiation; on price adaptation and on a particular segment of the food market. A matrix of SWOT analysis of the food industry market strategy is proposed. The main aspects of intra-industry integration in the food industry are identified. It is substantiated that the development of intra-sectoral integration processes in the food industry is one of the important directions for the effective functioning of its subjects, which will provide industry competitiveness in the internal and external environment. It has been proved that the intra-industry direct integration of horizontal, vertical or mixed type will promote the growth of business and innovation-investment activity in the food industry, which will ensure its strategic development and growth.

The development of economic mechanisms of intra-industry integration in the food industry, as well as the integration of its subjects into the international macroeconomic environment, export orientation of sectoral business results is a strategic condition for achieving stable parameters of economic growth of its subjects.

Ключові слова: стратегія, інтеграція, харчова промисловість, національна економіка, макроекономічне середовище**Ключевые слова:** стратегия, интеграция, пищевая промышленность, национальная экономика, макроекономическая среда**Keywords:** strategy, integration, food industry, national economy, macroeconomic environment

ВСТУП

Розвиток економічних механізмів внутрішньогалузевої інтеграції, а також інтеграції національних і зарубіжних суб'єктів у рамках глобалізаційних процесів, експортна орієнтація результатів діяльності суб'єктів харчової промисловості постає необхідною умовою для досягнення стійких параметрів економічного зростання національної економіки та її сегментних складових.

Методологічні аспекти розвитку інтеграційних процесів у національному макроекономічному середовищі у сучасних трансформаційних умовах досліджено у працях: Г. Григор'єва, Ю. Сафонова, О. Побережець, С. Масленнікова, Ю. Мельника та ін.

МЕТА РОБОТИ полягає у дослідженні теоретичних аспектів інтеграційної складової при обґрунтуванні концептуальних підходів до вибору ринкових стратегій у харчовій промисловості.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Теоретичною та методологічною основою дослідження є джерела навчальної, монографічної та періодичної літератури з інтеграційних процесів у національному макроекономічному середовищі.

Під час написання роботи були використані наступні методи: метод спостереження, методи аналізу та синтезу, монографічний метод, діалектичний метод, метод порівняння, методи індукції та дедукції, а також метод узагальнення.

РЕЗУЛЬТАТИ

Стратегія суб'єктів харчової промисловості, які функціонують в умовах внутрішньогалузевої конкуренції, формується під впливом наступних групи факторів:

– ймовірна поява нових суб'єктів, які мають намір здійснювати господарську діяльність пов'язану з харчовою продукцією;

– контрагенти-постачальники, які забезпечують поставки необоротних та оборотних активів для господарської діяльності суб'єктів харчової промисловості;

– інноваційні підходи до організації господарської діяльності у галузі;

– контрагенти-покупці, які впливають на масштаби реалізації суб'єктів харчової промисловості;

– замітники існуючих продуктів галузі, які виробляються суб'єктами суміжних або інших галузей національної економіки;

– вплив різноманітних інституцій на функціонування та розвиток суб'єктів харчової промисловості.

Стратегічну конкурентну загрозу існуючим суб'єктам харчової промисловості може мати ймовірна поява нових суб'єктів, які планують здійснювати господарську діяльність, яка пов'язана з виробництвом та реалізацією харчової продукції. Але необхідно пам'ятати, що залежно від кута зору стратегічні загрози можуть розглядатися суб'єктами харчової промисловості не тільки як загрози, а також як стратегічні можливості для внутрішньогалузевого партнерства.

У сучасних умовах розвитку споживчого ринку харчової продукції, щоб відібрати у існуючих конку-

рентів їх контрагентів-покупців, вижити, досягти економічної ефективності та забезпечити динамічний розвиток, нові суб'єкти господарювання повинні використовувати в якості конкурентної переваги:

– інноваційну продукцію, яка має відповідні якісні властивості та забезпечить задоволення сучасних потреб споживачів;

– конкурентоздатне ціноутворення, яке враховує співвідношення «ціна-якість харчової продукції»;

– пріоритетна сегментація, за якою здійснюється виокремлення найбільш цінних ринків збуту харчової продукції, величина їх охопту, глибина проникнення, стійкість міжгосподарських зв'язків тощо.

Але необхідно пам'ятати також, що кожна з альтернатив входження у систему господарювання у харчовій промисловості вимагає від новачків подолання вхідних бар'єрів, які раніше були подолані діючими суб'єктами галузі.

М. Портер, у своїх наукових працях виділяє наступні вхідні бар'єри:

– диференціація результатів виробничої діяльності за рахунок тривалого перебування на споживчому ринку;

– фактор суттєвої економії на масштабах і умовно-постійних витратах, що забезпечує стійку конкуренцію діючому суб'єкту господарювання;

– довготривалі систематичні витрати на забезпечення процесу реалізації існуючими суб'єктами створеної продукції, які формують його імідж, впізнання на споживчому ринку, лояльність споживачів, престиж тощо, а подолати визначені бар'єри новачки можуть лише протягом часу і шляхом значних капітало-вкладень;

– значний початковий інвестиційний капітал для будівництва або придбання виробничих потужностей, організації виробничого процесу, придбання (створення) технологій тощо;

– отримання доступу до каналів збуту продукції, необхідно пам'ятати, що мало зробити продукт, треба ще отримати доступ до ринкових артерій його розподілу та збуту (за рахунок створення власної мережі збуту або шляхом впровадження у діючу логістичну мережу);

– інституційна політика у макроекономічному середовищі країни, де відповідні інституції обмежують доступ новачків у існуючі галузі та ринки збуту продукції.

Суб'єкти господарювання, які здійснюють діяльність у харчовій промисловості, стають взаємозалежними один від одного у своїй конкуренції, тобто зміна продукції та ринкової позиції одного суб'єкта впливає на інших учасників галузевої конкуренції та навпаки.

У контексті співвідношення основних рушійних сил внутрішньогалузевої конкуренції, її інтенсивність між суб'єктами харчової промисловості залежить від наступних аспектів:

– політична та макроекономічна стабільність у національному макроекономічному середовищі;

– інституційна підтримка інноваційних процесів у внутрішньогалузевому середовищі;

– кількісні ознаки конкуренції у харчовій промисловості, в умовах якої за відносно обмеженої кількості порівнянних за потужністю конкурентів вони мають значні можливості для здійснення стратегічної розвідки та практичних конкурентних дій у виробництві харчової продукції;

– довгострокові економічні тенденції та темпи зростання у харчовій промисловості, уповільнення яких призводить до загострення внутрішньогалузевої конкуренції, тому що збереження конкурентоспроможності можливо за рахунок перерозподілу обмеженої кількості споживачів між існуючими конкурентами у макроекономічному середовищі; довгострокові економічні тенденції у харчовій промисловості впливають на співвідношення попиту та пропозиції, на умови входження і виходу з ринку харчової продукції та на характер й інтенсивність внутрішньогалузевої конкуренції;

– якісні складові харчової продукції, яка виробляється відповідними суб'єктами харчової промисловості;

– розмір постійного капіталу, який задіяний у господарській діяльності суб'єктів харчової промисловості, зі свого боку великий розмір неліквідного постійного капіталу підсилює внутрішньогалузеву конкуренцію у разі падіння попиту, оскільки разом з тим неможливо перепрофілювати або диверсифікувати виробництво;

– різноманітність стратегій, які використовуються конкурентами у харчовій промисловості, тобто різноманітність і непередбачуваність у використанні суб'єктами господарювання конкурентних стратегій на ринку харчової продукції підсилюють нестійкість і породжують спорадичну інтенсивність внутрішньогалузевої конкуренції;

– зміна споживчих цінностей, орієнтації та способи життя у національному та міжнародному суспільстві надають перевагу суб'єктам харчової промисловості, які швидко відгукуються на зміни;

– маркетингові інновації підвищують інтерес до харчової продукції суб'єктів галузі, збільшують попит на них в масштабах всієї харчової промисловості та знижують собівартість одиниці продукції, що послаблює позиції конкурентів і змушує їх коригувати свої ринкові стратегії;

– діджиталізація господарських процесів та розвиток електронної комерції, що посилює конкуренцію, кардинально змінює існуючі методи ведення підприємницької діяльності.

Економічні показники харчової промисловості та структура конкуренції – є важливими індикаторами, які впливають на формування ринкової стратегії суб'єкта господарювання, але вони нічого не повідомляють про динаміку розвитку зовнішнього макроекономічного середовища. У харчовій промисловості свої тенденції розвитку та особливості, які їй притамані. Теорія життєвого циклу будь якого об'єкта або суб'єкта макроекономічного середовища допомагає зрозуміти ці зміни, але однієї її недостатньо для дослідження. Стадії життєвого циклу об'єкта або суб'єкта (зародження, зростання, зрілість, занепад) визначають темпи макроекономічного зростання у харчовій промисловості, але ситуація та конкуренція у

галузі змінюються не тільки у зв'язку з переходом на нову стадію циклу, але й під впливом рушійних сил, які впливають на ринкову стратегію розвитку.

Рушійні сили конкуренції у харчовій промисловості – це вагомі фактори, які цілеспрямовано впливають на значні зміни у харчовій промисловості та змушують коригувати свої дії її суб'єктів у відповідних умовах функціонування.

Дослідження рушійних сил конкуренції у харчовій промисловості здійснюється у наступній послідовності:

1) виявлення рушійних сил, які впливають на розвиток внутрішньогалузевого середовища;

2) моніторинг та діагностика;

3) визначення ступеня їх впливу на розвиток внутрішньогалузевого середовища.

Досліджуючи рушійні сили конкуренції у харчовій промисловості, неминуче доводиться виокремлювати деякі аспекти: аналіз та оцінка основних факторів впливу; інтерпретація кореляційних залежностей; результативна ознака впливу; прогнозування та процес прийняття стратегічних рішень. Визначені елементи у модельованому управлінні діють як змінні величини та наповнюються відповідною інформацією.

На основі дослідження рушійних сил внутрішньогалузевої конкуренції суб'єкти харчової промисловості мають відповідні можливі наступні ринкові стратегії: внутрішньогалузева конкуренція, яка базується на товарній диференціації; на цінновій адаптації та на певному сегменті ринку харчової продукції.

Ринкова стратегія диференціації застосовується у випадках, коли суб'єкт господарювання створює унікальний продукт, який не може бути заміщений іншими стандартними продуктами, і не може бути успішно скопійований за короткий час без значних витрат капіталовкладень. За інших рівних умов диференціація є найбільш ефективною стратегією, яка дозволяє суб'єкту харчової промисловості реалізовувати даний продукт за оптимальною ціною та отримувати відповідну рентабельність.

Внутрішньогалузева конкуренція на основі ціннової адаптації застосовується, коли суб'єкти харчової промисловості фокусуються на еластичному ціноутворенні в рамках товарної номенклатури, що надає можливість забезпечити адекватну рентабельність підприємницької діяльності. У відповідних умовах, коли споживач харчової продукції може купити аналогічний продукт у кількох конкуруючих суб'єктів харчової галузі, їх конкурентний вибір фокусується на ціноутворенні зі знижками та заліками (маркетингові прийоми), що спонукає споживачів переключитися з продукції конкурента-виробника на продукцію відповідного суб'єкта господарювання. Стратегія ціннової адаптації формується в рамках товарної номенклатури та географічної ознаки.

Стратегія фокуса на певному сегменті ринку харчової продукції є комбінованим варіантом товарної диференціації та конкуренцією на основі ціннової адаптації.

Залежно від обставин визначені типи загальних стратегій можуть приймати специфічні форми. Необхідно пам'ятати, що кожна стратегія має відповідні властивості, умови застосування, переваги, недоліки

та соціально-економічну спрямованість. Тому остаточний вибір стратегії суб'єкта харчової промисловості повинен залишатися за відповідною комбінацією стратегічних підходів, які забезпечать оптимальну ефективність господарських процесів та мінімізує негативні наслідки і максимізує позитивні.

Суттєвим інструментом, який забезпечує аналітичну підтримку вибору ринкових стратегій у харчовій промисловості є простий та ефективний метод стратегічного дослідження – SWOT-аналіз.

У міжнародній практиці SWOT-аналіз застосовується відносно суб'єктів господарювання або корпорацій, які розробляють свою адміністративну, функціональну та корпоративну стратегії діяльності. SWOT-аналіз формує оцінку внутрішнього середовища суб'єкта господарювання, сили і слабкості, а також зовнішніх можливостей і загроз в умовах глобалізації [1].

На рис. 1 запропонована матриця SWOT-аналізу ринкової стратегії суб'єкта харчової промисловості.

Макроекономічне середовище			
Базова стратегія	Можливості	Загрози	Результати
Сильні сторони	Сила та можливість	Сила та загрози	Ефективні (неефективні)
Слабкі сторони	Слабкість та можливість	Слабкість та загрози	Ефективні (неефективні)
Результати	Ефективні (неефективні)	Ефективні (неефективні)	Ефективні (неефективні)
Макроекономічне середовище			

Рис. 1. Матриця SWOT-аналізу ринкової стратегії суб'єкта харчової промисловості

Результати SWOT-аналізу формуються у вигляді інформаційно-аналітичних сегментів, два з яких відображають аналіз поточного і майбутнього стану внутрішнього середовища суб'єкта харчової промисловості (сильні та слабкі сторони), а інші – аналіз поточного та майбутнього стану зовнішнього середовища (стратегічні можливості та загрози). Порівнюючи сильні та слабкі сторони суб'єкта харчової промисловості, а також стратегічні можливості та загрози своїх конкурентів, суб'єкт господарювання отримує повноцінну всебічну об'єктивну та обґрунтовану картину, яка у поєднанні з аналітичною інформацією, що надходить каналами зворотного зв'язку за результатами вимірювання та оцінки ефективності поточної стратегії, слугує основою для розробки майбутньої його ринкової стратегії. Практично доведено, що проведення запропонованого дослідження та внесення обґрунтованих необхідних корективів дозволяють постійно відслідковувати внутрішні або зовнішні зміни, а також забезпечувати необхідну плавність і спадкоємність у процесі зміни ринкової стратегії суб'єкта харчової промисловості.

З метою ефективного вирішення стратегічних завдань та формування збалансованої ринкової стратегії у харчовій промисловості, необхідно дослідити інтеграційну складову та її вплив на розвиток суб'єктів, які виробляють харчову продукцію.

Інтеграційні мікро- та макроекономічні процеси, які притаманні умовам глобалізації ринкового середовища, прийшли на зміну дезінтеграції та відособ-

леності соціально-економічних інтересів суб'єктів господарювання.

Інтеграція – це процес взаємодії відокремлених сегментів харчової промисловості, який забезпечить ефективну реалізацію ринкових стратегій її суб'єктів.

Процесами внутрішньогалузевої інтеграції у харчовій промисловості охоплена значна частина її сегментної складової. За допомогою виникнення горизонтальних та вертикальних інтегрованих сегментних галузевих господарських одиниць здійснюється внутрішньогалузева інтеграція.

Горизонтальна інтеграція у харчовій промисловості – це форма кооперування між суб'єктами харчової промисловості або їх структурних одиниць, у якій забезпечується розширення та поглиблення спеціалізації відокремлених складових єдиного господарсько-технологічного ланцюга з метою забезпечення отримання відповідних результатів від господарської діяльності, яка пов'язана з харчовою промисловістю. Результати горизонтальної внутрішньогалузевої інтеграції повинні забезпечити ефективність функціонування та стратегічний розвиток харчової промисловості. Особливість горизонтальної інтеграції у харчовій промисловості пов'язана з впровадження взаємопов'язаної стратегії забезпечення виробничої внутрішньогалузевої діяльності та збуту її результатів. Запропонована стратегія передбачає встановлення внутрішньогалузевих коопераційних зв'язків між відповідними суб'єктами харчової промисловості та їх сегментними галузевими господарськими одиницями.

Вертикальна інтеграція у харчовій промисловості формує механізм централізації процесів господарювання у харчовій промисловості та є ефективною моделлю створення та впровадження інновацій, які забезпечать стратегічний розвиток харчової промисловості та її сегментних складових. В основі вертикальної внутрішньогалузевої інтеграції завжди знаходиться виробничо-технологічна неподільність господарських процесів, яка забезпечує результативне функціонування суб'єктів харчової промисловості.

Внутрішньогалузева інтеграція у харчовій промисловості характеризується наступними аспектами:

- забезпечення ефективної внутрішньогалузевої політики функціонування та розвитку суб'єктів харчової промисловості;
- економічно-обґрунтований розподіл матеріального та фінансового забезпечення;
- науково-технічна співпраця та раціональне використання результатів інноваційної діяльності;
- підтримка та розвиток внутрішньогалузевого людського капіталу;
- забезпечення стандартизації якості харчової продукції;
- забезпечує механізм рівноваги між виробництвом і споживанням харчової продукції;
- підтримує гнучкість і високу адаптованість до соціально-економічних та екологічних умов, які постійно змінюються;
- професіоналізація галузевого управлінського капіталу;
- забезпечує реалізацію ринкових стратегій суб'єктів харчової промисловості.

Внутрішньогалузева інтеграція у харчовій промисловості є одним з важливих факторів, який впливає на ефективне функціонування та стратегічний розвиток господарюючих суб'єктів, які забезпечують випуск харчової продукції. Інтеграція сприяє науково-технічній співпраці у харчовій промисловості та забезпечує раціональне та швидке впровадження інновацій у господарську діяльність.

Інтеграція у харчовій промисловості сприяє процесам маневрування ресурсним забезпеченням, яке забезпечує обґрунтоване, раціональне та ефективне їх використання.

Інтеграційні процеси дозволяють концентрувати виробничі потужності у великих (конкурентоздатних) суб'єктів господарювання та підвищувати здатність своєчасно реагувати на фактори впливу на результати їх діяльності. Достатньо масштабні суб'єкти господарювання у національному середовищі використовують масштаб серійності та забезпечують результати діяльності у значній якійсній та кількісній орієнтації [1].

Горизонтальна інтеграція у харчовій промисловості можлива, коли:

- суб'єкти господарювання, які забезпечені у достатній кількості відповідними ресурсами, можуть забезпечити домінуючі позиції на ринку харчової продукції без загрози піддатися антимонопольним санкціям;

- зростаюча економія на умовно-постійних витратах у разі збільшення масштабу операцій надає суб'єктам господарювання суттєві конкурентні переваги на ринку харчової продукції;

- забезпечується ефективно галузеве управління в умовах розширення ринків збуту харчової продукції;

- слабкість менеджменту або обмеженість ресурсів у конкуруючих суб'єктів, що надає стратегічні переваги, які пов'язані з розширенням ринків;

- підтримка інституційного регулювання на всіх рівнях.

Сучасна внутрішньогалузева інтеграція у харчовій промисловості забезпечує та підвищує конкурентні можливості її суб'єктів на внутрішньому ринку і, що особливо важливо, у конкурентній боротьбі у міжнародному глобальному просторі. Необхідно також пам'ятати, що значна внутрішньогалузева інтеграція може сприяти посиленню монополізації ринку харчової продукції.

ВИСНОВКИ

Таким чином, інтеграційні процеси об'єктивно відображають зміну господарської кон'юнктури у харчовій промисловості національного макроекономічного середовища. Розвиток внутрішньогалузевих інтеграційних процесів у харчовій промисловості є одним з важливих напрямів ефективного функціонування її суб'єктів, що забезпечить галузеву конкурентоспроможність у внутрішньому та зовнішньому середовищі. Внутрішньогалузева пряма інтеграція горизонтального, вертикального або змішаного типу сприятиме зростанню ділової та інноваційно-інвестиційної активності у харчовій промисловості, що забезпечить її стратегічний розвиток та зростання.

Розвиток господарських механізмів внутрішньогалузевої інтеграції у харчовій промисловості, а також інтеграція її суб'єктів у міжнародне макроекономічне середовища, експортна орієнтація галузевих результатів діяльності постає стратегічною умовою для досягнення стійких параметрів економічного зростання її суб'єктів.

Список використаних джерел

1. Григор'єв Г.С. Теоретико-методологічні засади державного регулювання фінансово-економічних процесів в умовах глобалізації. Херсон: Олді-плюс, 2017. 380 с.
2. Побережець О.В. Теоретико-методологічні та практичні засади дослідження системи управління результатами діяльності промислового підприємства. Херсон. Видавництво: Грін Д.С., 2016. 500 с.

References

1. Hrihoriev H.S. Theoretical and methodological principles of state regulation of financial and economic processes in the conditions of globalization. Kherson: OldiPlus, 2017. 380 p. (in Ukrainian)
2. Poberezhets O.V. Theoretical-methodological and practical principles of the research of the system of management of the results of activity of an industrial enterprise. Kherson: Publishing house: Hrin DS, 2016. 500 p. (in Ukrainian)