

*Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет*

**КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ, ПІДПРИЄМНИЦТВА
ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

*Тема: Напрями зростання продуктивності для стимулювання збуту
продукції*

*Спеціальність 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
Освітня програма 6.076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»*

Завідувач кафедри:

Мельник Л. Г.

Керівник роботи:

Кубатко О. В.

Виконавець:

Шарков А. К

Група:

ПЕ-61

Суми 2020

Зміст

Вступ.....	3
Розділ 1. Теоретичні аспекти продуктивності, збутової діяльності підприємства та ефективності виробництва товарів птахівництва	5
1.1 Економічна сутність продуктивності.	5
1.2 Економічна сутність збутової діяльності.....	6
1.3. Роль, місце і значення продукції птахівництва в Україні.....	8
1.4 Аналіз сучасного стану виробництва продукції птахівництва в Україні.....	9
Розділ 2. Аналіз діяльності підприємства «АВІС-Україна».....	18
2.1 Характеристика підприємства.....	18
2.2 Аналіз постачальників, конкурентів та споживачів продукції	21
2.3 Аналіз структури управління	25
2.4 Аналіз збутової діяльності ТОВ «АВІС-Україна»	27
Розділ 3. Напрями збільшення продуктивності для стимулювання збуту продукції	33
3.1 Підвищення продуктивності праці та заходи для стимулювання збуту на підприємстві «АВІС-Україна»	33
3.2 Обґрунтування ефективності впроваджених заходів на підприємстві «АВІС-Україна» для стимулювання збуту продукції	35
Висновки	38
Список використаних джерел	41
Додаток А.....	61
Додаток Б	63

Вступ

Актуальність теми. У сучасному світі, де має місце агресивна конкуренція за ринки збуту, одним з найголовніших питань для кожного підприємця є збільшення напрямків збутової діяльності. Збут – це завершальний етап діяльності підприємства. Він є однією із складових, що дозволяють підприємству ефективно функціонувати на цільовому ринку. В умовах зовнішнього середовища, яке постійно змінюється [127; 12; 129; 144], керівникам потрібно зосереджувати увагу саме на пошуках шляхів збільшення збутової діяльності [34-38].

В першому розділі розглянули економічну сутність понять продуктивності та збутової діяльності, в другому розділі проаналізували діяльність підприємства «АВІС-Україна», його конкурентів, постачальників та споживачів, в третьому розділі пропонували напрями підвищення продуктивності для стимулювання збуту продукції на досліджуваному підприємстві.

Об'єктом дослідження є існуючі напрями збутової діяльності підприємства.

Предметом дослідження є особливості збільшення напрямів зростання продуктивності для стимулювання збуту продукції ТОВ «АВІС-Україна».

Мета і завдання дослідження. Метою дипломної роботи є пошук нових та вдосконалення існуючих напрямів зростання продуктивності ТОВ «АВІС-Україна» для стимулювання збуту продукції.

Для досягнення поставленої мети необхідно виконати наступні **завдання:**

1. Вивчити теоретичні основи продуктивності, збутової діяльності підприємства
2. Охарактеризувати діяльність обраного підприємства.
3. Проаналізувати збутову діяльність підприємства
4. Встановити зв'язок між продуктивністю праці та збутовою діяльністю підприємства.

5. Сформувати та обґрунтувати напрями зростання продуктивності для стимулювання збуту продукції.

Методи дослідження. Для досягнення мети та виконання поставлених завдань були використані наступні методи дослідження: спостереження, порівняння (аналіз економічних та фінансових показників діяльності підприємства), індукції та дедукції (дослідження теоретичних основ), прогнозування (прогноз ефективності запропонованих напрямів збільшення збутової діяльності).

Основними джерелами інформації електронний ресурс сайту ТОВ «АВІС-Україна», Статут підприємства, Штатний розпис.

Вихідні дані для роботи: Форма №1 «Баланс», Форма №2 «Звіт про фінансові результати».

Ключові слова: економіка, продуктивність, збутова діяльність, продукція, підприємство, дохід, виробництво, витрати.

Розділ 1. Теоретичні аспекти продуктивності, збутової діяльності підприємства та ефективності виробництва товарів птахівництва

1.1 Економічна сутність продуктивності.

Продуктивність показує наскільки ефективно підприємство використовує свої ресурси, а саме ресурси капіталу, землі, праці, енергії, інформації в процесі виробництва товарів [40-63]. Продуктивність це завжди співвідношення результату до витрат. Результатом можна назвати обсяги виготовленої та реалізованої продукції та її вартість, прибуток, показники конкурентоспроможності, синергетичні ефекти, сталий розвиток, тощо [72-78, 108-111, 113-115]. В залежності від того, чим виражений результат (обсягом продукції або розміром прибутку), відповідними будуть і показники ефективності (продуктивність, рентабельність) [13]

Найчастіше для розрахунків своєї результативності трудової діяльності підприємства використовують категорію «продуктивність праці», вона в свою чергу визначає ступінь ефективності процесу праці. Зазвичай це кількість продукції, яку виготовили за одиницю часу.

Кожне підприємство намагається покращити показник продуктивності праці, тобто збільшити обсяги виробництва продукції, витративши такий ж обсяг трудовитрат або ще й менший. В глобальному сенсі людина з кожним роком намагається вдосконалити економічну діяльність [145; 147], тобто працювати краще, виробляти ще більше якісної продукції при тих самих або й менших трудовитратах. Для багатьох країн з ринковою системою господарювання головною ціллю є саме економічне зростання (збільшення рівня життя населення), тому треба збільшувати показник продуктивності праці, який в свою чергу збільшить обсяги випуску продукції і відповідно дохід [3; 43].

За відомим визначення К. Маркса, зростання показника продуктивності праці характеризується тим, що частка затрат індивідуальної (живої праці) для виготовлення товару зменшується, а частка затрат минулої продукції

навпаки збільшується, але так, що сума праці в цілому на кожну виготовлену одиницю продукції зменшується.[24]

Праця, яка витрачається на виробництво необхідної кількості продукції, складається з живої і минулої праці. Жива праця використовується саме в даний момент виробництва. Минула праця – праця, яка була використана раніше і буде приймати участь у виробництві нової продукції.

Можемо сказати і про інтенсивність праці, бо вона тісно пов'язана продуктивністю праці. Вона виражається у кількості витраченої енергії людини на виробництво продукції, відповідно, чим вище цей показник інтенсивності, тим вища продуктивність праці. Але треба також визначити норму інтенсивності, тобто скільки потрібно для людини енергії, щоб відновити свої сили на наступний робочий день.

На продуктивність праці впливають техніко-технологічний стан підприємства та рівень екстенсивного використання праці (наскільки продуктивно працівники використовують свою працю, та тривалість робочого часу). Відповідно, чим менше буде простоїв у роботі, тим вище буде рівень екстенсивного використання праці, і також вище буде продуктивність праці. При цьому відповідно зниження продуктивності праці в країні в цілому може призвести до інфляції, безробіття, і відповідно зменшення обсягів виробництва продукції на підприємствах.[14]

1.2 Економічна сутність збутової діяльності.

Збутова діяльність є ключовим етапом для усіх підприємств, бо від нього напряму залежить дохід і прибуток. Збутова діяльність відповідно є і завершальним етапом, бо він резюмує виробництво, планування, пошук партнерів та доведення до споживачів кінцевого продукту. Усі підприємства, що займаються продажем продукції зацікавлені у правильному налаштуванні збутової системи, яка грає ключову роль при вивченні ефективності діяльності підприємства, бо покупці, які знаходяться на даному етапі

зазвичай вирішують для себе чи варто придбати цей продукт, або буде він для нього корисним і наскільки буде цінним. Але це не означає що систему збуту функціонує окремо, вона має тісний взаємозв'язок з іншими системами, тому якість її роботи звісно ж впливає на ефективність інших систем компанії, і також на конкурентів, їх покупців і постачальників.[2; 27-28]

До функцій збутової діяльності можна віднести:

- Транспортування – доставка готової продукції від підприємства, на якому вона була виготовлена до місяці продажу або до кінцевого споживача;
- Розподілення – доставка необхідної кількості та асортименту продукції до споживача;
- Складування – запаси готової продукції, які зберігаються у складських приміщеннях або на підприємстві та готуються до транспортування;
- Пакування – фасування готової продукції задля безпечного транспортування і відповідно до побажань клієнтів ;
- Сортування – розподілення продукції окремі категорії для відповідних споживачів;
- Налаштування комунікації – встановлення зв'язків із партнерами, підрядниками, постачальниками, покупцями задля подальшої співпраці;
- Інформування – дослідження ринку, його особливостей, політичної та економічної ситуації, попиту, діяльності конкурентів. Обробка інформації з боку споживачів з приводу їхніх потреб. [20]

Збутова діяльність представляє собою систему операцій, які між собою пов'язані, наприклад таких як, вибір найкращих постачальників, залежність між запланованою кількістю реалізованої продукції до очікуваного рівня рентабельності підприємства, ціноутворенню, яке в свою чергу залежить від якості виготовленої продукції і попиту на неї, дії, які збільшують попит тим

самим прискорюючи збут товару та відповідно збільшується дохід та прибуток підприємства.

Збут – це сфера діяльності, де підприємство може реалізувати свої цілі, тому можна її вважати найважливішою складовою серед усіх маркетингових заходів. Збутом називають процес, коли виготовлена продукція доходить до кінцевого споживача і окрім вище наведених функцій також включає в себе перепродажну підготовку оформлення документів і замовлень, контроль за просуванням і продаж товару.

Збут є процесом довгострокової стратегії підприємства в силу своєї складності, тому розробляються відповідні плани, плани по виготовленню окремих товарів, план по ринках, план по постачальникам і торговим представникам, план по споживачам тощо [29-30].

Головною метою діяльності збуту звісно ж є отримання прибутку на основі попиту задоволених споживачів [100,102,103,106,117], а також забезпечення еколого-економічної ефективності та безпеки [89-94,97,99,101,105,118,119,122-126; 136; 137; 138; 139; 140].

Завдання збутової діяльності:

- привернути увагу споживача до товару, і зацікавити його в покупці;
- доставити цей самий товар до споживача у потрібній для нього кількості, у потрібні для нього місце і час.

1.3. Роль, місце і значення продукції птахівництва в Україні

Є декілька галузей тваринництва, але найбільш економічно вигідною можна вважати птахівництво. Вона є найбільш ефективною і рентабельною серед галузей сільського господарства ефективно впроваджує інноваційні рішення та стратегії [79-88]. Кожного дня населення купує відповідну продукцію і отримує від неї високопоживне дієтичне харчування, а нашу промисловість забезпечує сировиною, і переважає інші галузі тваринництва:

- більш дешева продукція;
- швидка енергія росту;

- скоростиглість.

На даний момент можна сказати, що птахівництво в нашій країні знову відроджується. З кожним роком все більше продукції ми експортуємо в інші країни світу. Цю галузь тваринництва можна розглядати, як галузь із швидким капітальним оборотом, і свідчить це про те, що Україна може ще більше розширити свої позиції на міжнародному ринку, але для цього треба використовувати світові новітні технології для більш досконалого ведення господарства.

Галузь птахівництва мусить переорієнтуватися на виробництво конкурентоспроможної продукції більш широкого асортименту. Такий крок можна здійснити завдяки маркетинговим програмам на національному і регіональному рівнях, які в свою чергу будуть надавати необхідну інформацію підприємствам для ефективного збуту продукції птахівництва.

Птахівництво є важливою складовою системи агробізнесу, що функціонує, як єдиний організаційно-економічний механізм, що в свою чергу представляється цілісною соціально-господарською системою, на розвиток якої впливають фактори внутрішнього і зовнішнього середовища.

Розвиток агробізнесу включає в себе багатопрофільні підприємства і компанії, які приймають участь у виробництві, зберіганні, переробці продукції.

1.4 Аналізсучасного стану виробництвапродукціїптахівництва в Україні

Птахівництво серед інших галузей сільського господарства легше всього піддається автоматизації та механізації виробничих процесів. Характеризується тривалим і безперервним циклічним виробництвом продукції (яйця, м'ясо, пір'я та пух).

Загалом у 2019 році більше 50% виробництва м'яса українськими підприємствами припадає на виробництво м'яса птиці, інші майже 50% належать до виробництва м'яса свинини, великої рогатої худоби, овець і кіз

(табл.1.1). Це означає, що м'ясо птиці свійської користується попитом серед населення України, через такий швидкий темп розвитку, і більш привабливу ціну.

Табл. 1.1 – Виробництво продукції тваринництва у підприємствах

Продукція вирощування (у живій масі) сільськогосподарських тварин	2019 р. тис. т	2019 р. у % до / % to2018, тис. т
Велика рогата худоба	142,4	98,4
Свинина	545,3	103,1
Вівці і кози	2,6	95,0
Птиця свійська	1637,3	106,3
Усі види	2327,6	105,0

Джерело: розраховано за даними Державної служби статистики України [10].

Але так було не завжди, у 2000-их роках лідерство виробництва м'яса займала яловичина і телятина, займаючи 45,4% ринку, на другому місці було виробництво свинини – 40,6%, частка м'яса птиці на той час становила лише 11,6%. Така ситуація сталася через: хвороби, які вражали худобу, збільшення цін на корми, витрати перевищували доходи виробників, неплатоспроможні споживачі, системи переробки та збуту, які не давали належної ефективності.

Птахівництво відрізняється від інших галузей тваринництва більш швидким оборотом вкладеного капіталу, і є більш привабливим для залучення інвестицій. За останні роки попит на м'ясо птиці збільшився, тим самим провокує збільшення промислового виробництва продукції. Галузь птахівництва активно розвивається і з кожним роком збільшує виробництво завдяки таким факторам:

- Інвестиції [142; 143];
- розширення виробничих потужностей;

- технічне переоснащення;
- модернізований менеджмент.

Саме завдяки таким факторам з кожним роком збільшується поголів'я птиці, підвищується її продуктивність[21].

Переглянувши статистичні дані, можемо сказати, що у період з 2000 до 2019 року відзначається зріст поголів'я птиці усіх видів у 1,67 рази (табл. 1.2).

Табл. 1.2 – Динаміка поголів'я птиці всіх видів 2000 – 2019 рр.

Роки	Поголів'я птиці у всіх категоріях господарств, млн голів
2000	126,1
2003	147,4
2005	152,8
2007	166,5
2009	177,6
2012	200,8
2013	214,1
2014	230,3
2015	213,3
2016	204,0
2017	201,7
2018	204,8
2019	211,7

Джерело: розраховано за даними Державної служби статистики України [10].

Якщо розглядати розподіл галузі птахівництва на території України, то можна сказати, що в усі часи вона є традиційною галуззю і в кожній області присутні підприємства, які активно розвиваються. Але ж все таки епіцентрами вирощування (у живій масі) птиці виступають великі міста, за даними 2019 року – це:

- Вінницька область – 563 529 т.
- Черкаська область – 390 817 т.
- Дніпропетровська область – 247 725 т.
- Київська область – 136 244 т.
- Волинська область – 89 011 т.

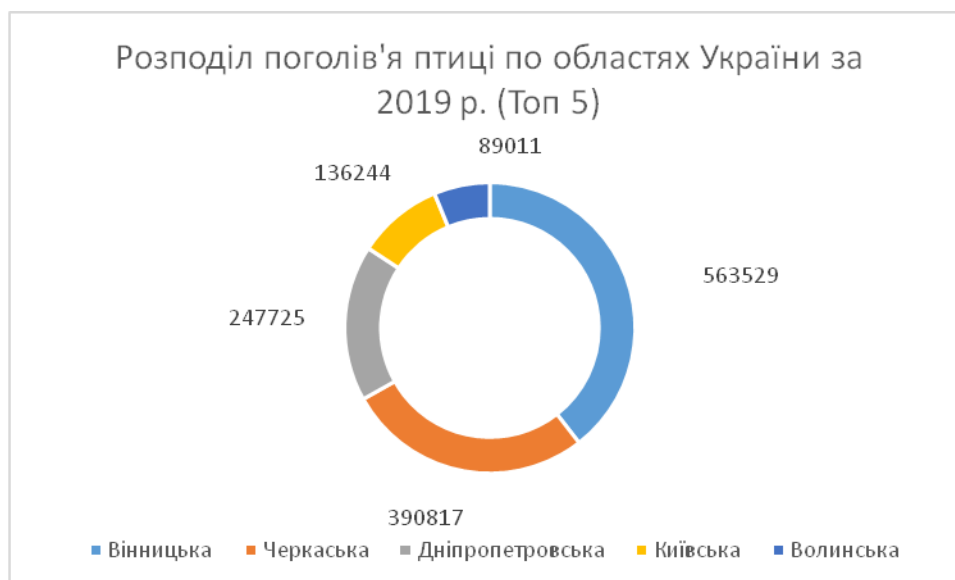


Рис. 1.1 – Розподіл поголів'я птиці по областях України за 2019 р.

Джерело: розраховано за даними Державної служби статистики України[10]

Більша частка приходить на великі сільськогосподарські підприємства.

Нижче буде показано, як концентрація поголів'я на підприємстві пов'язана із підвищенням ефективності підприємства (табл. 1.3).

Табл. 1.3 – групування сільськогосподарських підприємств за наявністю поголів'я птиці всіх видів у 2019 р.

Групи	Кількість підприємств		Кількість тварин	
	Одиниць	У % до загальної кількості	тис. голів	У % до загальної кількості
Підприємства - всього	449	100,0	118812,9	100,0
До 4999	187	41,6	186,6	0,2

5000 - 49999	113	25,2	2378,9	2,0
50000 - 99999	25	5,6	1800,7	1,5
100000 - 499999	87	19,4	21150,1	17,8
Більше 500000	37	8,2	93296,6	78,5

Джерело: розраховано за даними Державної служби статистики України.

З даних таблиці бачимо, що у 2019 році працювало на території України 449 підприємств, з них у 37 підприємств кількість поголів'я птиці становило понад 500000 голів, загальна чисельність дорівнює 93296,6 тис. голів. Це становить 78,5 % від загального поголів'я птиці на всіх підприємствах. Такий показник свідчить великопромислове утримання птиці, і починаючи з 2000 років він тільки збільшується, тим самим забезпечивши нарощування виробництва продукції (м'ясо птиці, яйця, пір'я, пух).

Ще одним з найбільш прибуткових видів продукції птахівництва – виробництво яєць. З кожним роком в Україні йде нарощування виробництва цієї продукції (табл. 1.4). Нарощування відбувається завдяки великим підприємствам, які в свою чергу використовують європейські системи збалансованої годівлі птиці і високоякісні корми.

Табл. 1.4 – Динаміка виробництва яєць в Україні

Роки	Кількість одержаних яєць від птиці свійської, млн шт.		
	Господарства усіх категорій	Підприємства	Господарства населення
2000	8806,6	2977,3	5831,3
2005	13045,9	6458,1	6587,8
2007	14062,5	8099,3	5963,2
2010	17052,3	10249,6	6802,7
2014	19587,3	12536,2	7051,1
2015	16782,9	9762,2	7020,7
2016	15100,4	8067,6	7032,8
2017	15505,8	8365,3	7140,5

2018	16138,5	8900,4	7238,1
2019	16676,6	9357,6	7319,0

Джерело: розраховано за даними Державної служби статистики України.

Кількість одержаних яєць від птиці свійської в господарствах усіх категорій на території України в 2019 році становить 16676,6 млн шт., у тому числі підприємств – 9357,6 млн шт., у господарств населення – 7319,0 млн шт.

З даних таблиці бачимо, що виробництво яєць в період 2000 – 2019 рр. збільшився більше ніж у два рази. Кількість яєць вироблених у сільськогосподарських підприємствах у 2019 році порівняно із 2000 роком збільшилась на 314,3%, а кількість яєць вироблених у господарствах населення у 2019 році порівняно із 2000 роком збільшилась на 125,5%. Це говорить про те, що сільськогосподарські підприємства більш пристосовані до виробництва даної продукції завдяки автоматизації виробництва, використання новітніх технологій, використання більш збалансованої годівлі і якісного корму[21].

Розподіл між областями по виробництву яйця є рівномірним, але можемо виділити п'ятірку лідерів за 2019 рік, які виробили за цей період 42% від всеукраїнського виробництва яєць, і для порівняння дані цих областей за 2018 рік:

1. Київська область
– 3309,6 млн шт. (3244,5 млн шт.)
2. Хмельницька область – 1027,2 млн шт. (1089,7 млн шт.)
3. Вінницька область – 933,7 млн шт. (917,5 млн шт.)
4. Донецька область – 889,8 млн шт. (696,2 млн шт.)
5. Дніпропетровськ а область – 846,1 млн шт. (842,4 млн шт.)

Виробництво яйця теж має високу концентрацію, як і виробництво м'яса птиці, дані наведені в таблиці 1.5.

Табл. 1.5 – групування сільськогосподарських підприємств за обсягом виробництва яєць у 2019 році

Групи	Кількість підприємств		Кількість яєць	
	Одиниць	У % до загальної кількості	млн шт.	У % до загальної кількості
Підприємства - всього	402	100,0	9357,6	100,0

Продовження табл. 1.5

з них з обсягом, тис. шт.				
До 10,0	120	29,9	0,3	0,0
10,1 - 50,0	56	14,0	1,3	0,0
50,1 – 100,0	26	6,5	1,5	0,0
100,1 – 500,0	50	12,4	7,7	0,1
500,1 – 1000,0	11	2,7	6,3	0,1
1000,1 – 5000,0	23	5,7	75,6	0,8
5000,1 – 10000,0	25	6,2	110,4	1,2
10000,1 – 50000,0	41	10,2	811,8	8,7
Більше 50000,0	50	12,4	8342,7	89,1

Джерело: розраховано за даними Державної служби статистики України[10]

За даними Державної статистики України протягом 2019 року 402 сільськогосподарські підприємства займались виробництвом яєць. Більша частка виробництва була зосереджена на 50 підприємств, що виробили 8342,7 млн штук (89,1%). Якщо проаналізувати дані з таблиці, можна зробити висновок, що нарощування виробництва яєць відбувається лише за рахунок підприємств, які виробляють більше 50 млн штук продукції, саме ці спеціалізовані підприємства можуть виробляти продукцію безперервно протягом цілого року, за рахунок збалансованої годівлі птиці, використання

новітніх технологій виробництва та зберігання яйця, утримання птиці за європейськими нормами.

Основним показником економічної ефективності досліджуваних підприємств є рентабельність [31,96,98,104,112]. Розглянемо рентабельність виробництва м'яса птиці і яєць. За підсумками 2000 року виробництво м'яса птиці було збитковим, і було анти рекорди рентабельності, цей показник був на відмітці - 33,2%. Потім починаючи з 2001 року спостерігалась позитивна тенденція розвитку і у 2005 році рентабельність виробництва досягла свого піку на відмітці 24,9%. Далі українські підприємства очікувала низка подій, які призвели до банкрутства більшості з них і зниження показника рентабельності відповідно, наприклад у період з 2006 – 2007 рр. – це монополізація ринку виробництва м'яса, зношеність засобів виробництва, імпорт неякісної і дешевої продукції. Показники рентабельності у ці роки становили 12,1%, -19% відповідно. Далі була світова економічна криза 2008 року, яка звісно теж негативно вплинула на галузь птахівництва, і показники рентабельності до 2015 року теж були нижче 0,0%, а саме -11,3%, -22,5%, -4,4%, -16,8%, -7,2%, -10,0%, -15,4%, -6,1% відповідно. З 2016 року спостерігається зростання рентабельності виробництва, і у 2018 року це показник становив 5,7% (рис. 1.2). Такі коливання показника рентабельності залежать від багатьох внутрішніх и зовнішніх факторів [129; 130; 146], найвпливовішими на цей показник звісно ж великі сільськогосподарські підприємства, які за рахунок великого обсягу виробництва продукції, великих фінансових запасів зменшують ціну на м'ясо, тим самим витісняють конкурентів, відповідну монополізують український ринок[10,95,116].



Рис. 1.2 – Динаміка рівня рентабельності виробництва м'яса птиці 2000 - 2018 рр.

Джерело: розраховано за даними Державної служби статистики України

З приводу виробництва в сільськогосподарських підприємствах яєць можна сказати, що ситуація зовсім інша, рівень рентабельності у 2000 році дорівнював 10,6% і більше десяти років дане виробництво було прибутковим за винятком 2006 року (відбувалась монополізація ринку у цей період). Пік рентабельності виробництва яйця припав на 2015 рік і становив 60,9%. В наступні 2 роки відбувся різкий спад до -9% у 2017 році. Головними причинами такого спаду стали:

- зріст цін на зерно та енергетичні ресурси [131; 132; 133; 134];
- різке зниження споживання продукції;
- збільшення витрат на виробництво.

Через зниження споживання яйця на внутрішньому ринку, виробники більше продукції експортували на зовнішні ринки. І саме це є головною причиною скорочення обсягів виробництва.

З 2018 році і по наш час ситуація починає покращуватись, показник рентабельності у 2018 році дорівнював 5,4% (рис. 1.3), тому можна зробити висновок, що темпи зростання цін реалізації перевищують темпи зростання витрат на виробництво[10].

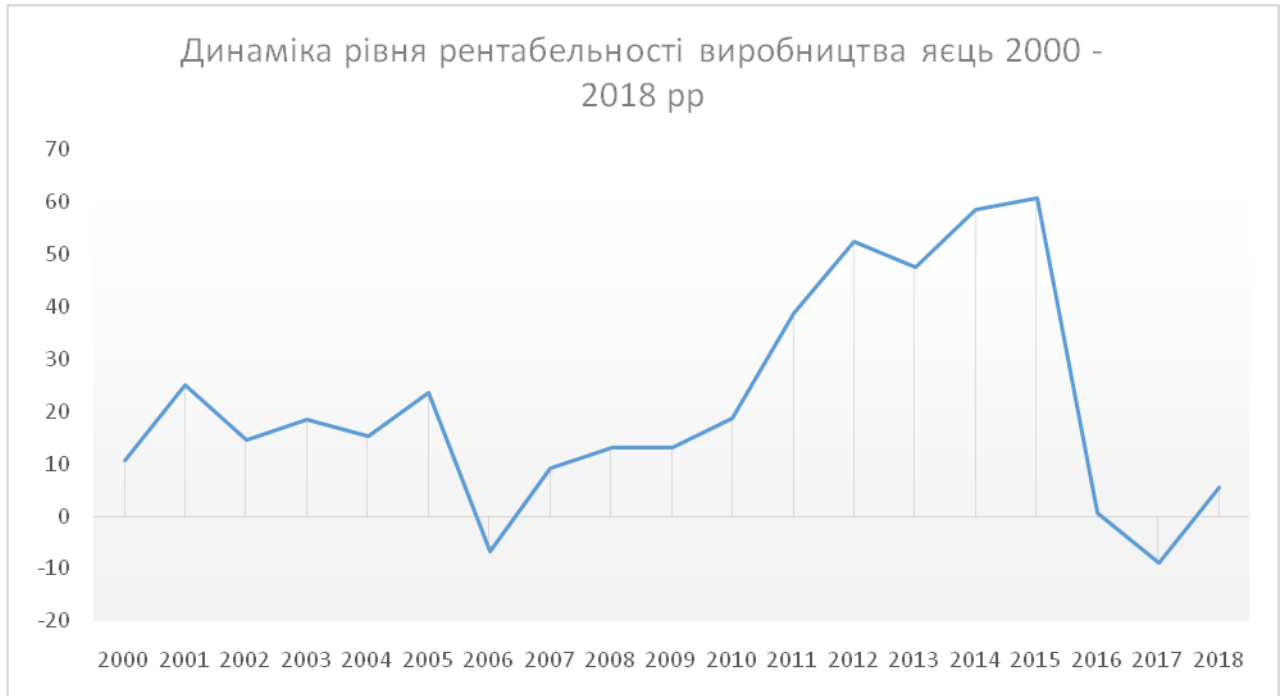


Рис. 1.3 – Динаміка рівня рентабельності виробництва яєць 2000 - 2018 рр

Джерело: розраховано за даними Державної служби статистики України

Розділ 2. Аналіз діяльності підприємства «АВІС-Україна»

2.1 Характеристика підприємства

ТОВ «АВІС-Україна» є одним із провідних комплексів у сфері птахівництва, і протягом багатьох років займає лідируючі позиції на українському ринку з виробництва курячого яйця. На підприємстві діє вертикально інтегрований виробничий цикл. Це є самою основною перевагою компанії.[1] Він забезпечує:

1. зниження витрат на виробництво і реалізацію;
2. контроль якості продукції;
3. високу ефективність роботи підприємства.

Що є у розпорядженні підприємства?

1. Птахофабрика, виробнича потужність якої складає – 750 тис. голів курей-несучок (планується збільшити до 1700 тис. одиниць протягом найближчих трьох років);
2. Сільгоспугіддя (18 тис. га), де вирощується сировина для власного комбікорму (кукурудза, соя);
3. Завод, який може виробляти до 30 тис. тон зерна на рік;
4. Елеватор, який може зберігати до 120 тис. тон зерна, оснащений власною лабораторією.

Пташники на підприємстві оснащуються новітнім автоматизованим обладнанням від кращих світових виробників, а саме - SALMET, BigDutchman, яке допомагає птахофабриці виробляти до 200 млн курячих яєць на рік.

На підприємстві введена система HACCP, яка здійснює контроль за безпекою харчових продуктів[1].

Компанія має своє коло споживачів і торгових партнерів, та з кожним роком вона його збільшує. Це можуть бути як маленькі приватні торговельні точки, так і національні, міжнародні мережі, наприклад: Сільпо, АТБ-маркет, ЕКО, Варус, Караван, Мегамаркет, Брусниця, Новус Україна, Ашан Україна Гіпермаркет.

ТОВ «АВІС-Україна» також займається експортом курячого яйця у наступні країни світу: Катар, Сирія, ОАЕ, Азербайджан, Ірак, країни Африки, Азії, Близького Сходу, ЄС, та країни СНД.

Продукція компанії реалізується на українському ринку під шістьма торговими марками.

Куряче яйце компанії має дуже високу якість, а досягається вона саме завдяки:

- високим нормам утримання курей-несучок;
- поголів'ю птиці, а саме найкращих європейських порід ("Хайсекс-Браун", "Хайсекс-Вайт");
- повноцінному та збалансованому раціону годівлі.

Склад кормів. До нього входять: соя, кукурудза, соняшниковий шрот, амінокислоти і вітаміни. Абсолютно ніяких антибіотиків, речовин тваринного походження, біостимуляторів та ГМО, тому можна сказати що корма є екологічно чистими.

Підтримуючи збалансоване годування та застосовуючи вітамінні комплекси і високі норми утримання курей-несучок компанія отримує куряче яйце з яскравим жовтком, міцною оболонкою, чудовим смаком разом із вітамінами.

ТОВ «АВІС-Україна» виступає на українському ринку з такою продукцією, як:

- ТМ «Косівщина»

Ці яйця займають економ сегмент Слобожанщини, саме від курей-несучок породи «Хайсекс-Вайт». Торгова марка має великий попит серед українських споживачів, тому що окрім низької ціни цей продукт має високу якість.

Яйця цієї марки мають вищу і першу категорію (C0 і C1 відповідно). Упаковуються вони найчастіше в пластикову коробку по десять і по п'ятнадцять штук.

- ТМ «Кокорай»

Яйця від курей несучок німецької породи, лише вищої категорії, бо харчуються вони натуральним, власного виробництва комбікормом і містяться в умовах європейського стандарту.

Категорія яйця: вища (C0), колір – білий.

Упаковуються вони тільки в яскраву, паперову коробку по десять штук, і в ящики по сто двадцять штук.

- ТМ «Дитячі»

Це курячі яйця спеціального відбору з найбільш сумлінним контролем якості. Яйця цієї торгової марки підходять більше всього для дітей і людей похилого віку, тому що вони містять в собі усі необхідні вітаміни та

мікроелементи. Поставляються в унікальній упаковці – розмальовці з кольоровим олівцем, що дозволяє використовувати її в якості розвиваючого і пізнавального матеріалу для дітей.

Категорія: вища, відбірна (C0).

Упаковка: паперова, по 10 шт.

- ТМ «Квочкино»

ТМ «Квочкино» - яйця білих і рябих курей-несучок породи «Хайсекс-Вайт», високої якості, середнього сегменту, засновані на кращих аграрних традиціях України.

Категорія: вища, відбірна (C0), колір – білий.

Упаковка: картонна, по десять штук в упаковці, і по сто двадцять в ящику.

- ТМ «ГосподинПетуховъ»

Яйця голландських курей-несучок породи «Хайсекс-Вайт», вищої якості та європейського стандарту, ручного відбору, переважно для преміум сегменту

Категорія: преміум та вища (CB, C0 відповідно), переважно білого кольору.

Упаковка: CB по шість штук в коробці, C0 по десять штук в коробці, сто двадцять штук в ящику.

- ТМ «Екодар»

Продукція середнього сегмента, яйця білих і рябих курей породи «Хайсекс-Вайт».

Категорія яйця: відбірна вища (C0).

Упаковка: картонна.[1]

2.2 Аналіз постачальників, конкурентів та споживачів продукції

ТОВ «АВІС-Україна» в основному веде діяльність, яка пов'язана з виробництвом продукції птахівництва. Основний споживач курячого яйця – це населення. Якщо провести аналіз, то прослідковується вплив і залежність

від деяких факторів на виробництво продукції компанії, а саме це: циклічні коливання, економічні умови в державі, рівень доходів населення, і звідси ж попит на цей вид продукції.

Щодо ризиків, які можуть виникнути серед компаній, що займаються такою ж діяльністю, то можна виділити такі: виготовлення продукції понад норми конкурентами, підвищення ціни на зернову культуру та паливно-мастильні матеріали.

Серед конкурентів можна виділити наступних[8]:

- ТОВ «Птахофабрика Київська»;
- ПАТ «Полтавська птахофабрика»;
- ТОВ «Овостар Юніон»;
- ВАТ «Птахофабрика «Зарічна»;
- ПРАТ «Агрофірма Березанська Птахофабрика».

Найбільших споживачів за останні роки наведено у таблиці 2.1.

Табл. 2.1 – Споживачі підприємства на загальнодержавному ринку

Рік	Найменування підприємства	Місце розташування	Найменування товару (товарної групи)	Обсяг споживання, тис.шт/тис.грн
2017	ТОВ «Вістол»	м. Старобельск	Яйця курячі у шкарлупі, свіжі	11858,9/7128,6
	ТОВ «АТБ-МАРКЕТ»	Дніпропетровськ а обл., смт. Ювілейне	Яйця курячі у шкарлупі, свіжі	27446,6/20934,7
	ТОВ «АШАН УКРАЇНА ГІПЕРМАРКЕТ»	м. Київ	Яйця курячі у шкарлупі, свіжі	1595,3/1633,4
	ТОВ «ФОЗЗІ-	Київська обл., м.	Яйця курячі у	7734,5/8261,7

	ФУД»	Вишневе	шкарлупі, свіжі	
2018	ТОВ «АТБ-МАРКЕТ»	Дніпропетровськ а обл., смт. Ювілейне	Яйця курячі у шкарлупі, свіжі	24557,7/18827,4
	ТОВ «Альянс Маркет»	м. Київ	Яйця курячі у шкарлупі, свіжі	5189,6/3759,4
	ТОВ «ФОЗЗІ-ФУД»	Київська обл., м. Вишневе	Яйця курячі у шкарлупі, свіжі	7818,3/8254,4
	ПАТ «СУМІАГРО ПРОМБУД»	м. Суми	Соя	0,660/3862,0

Продовження табл. 2.1

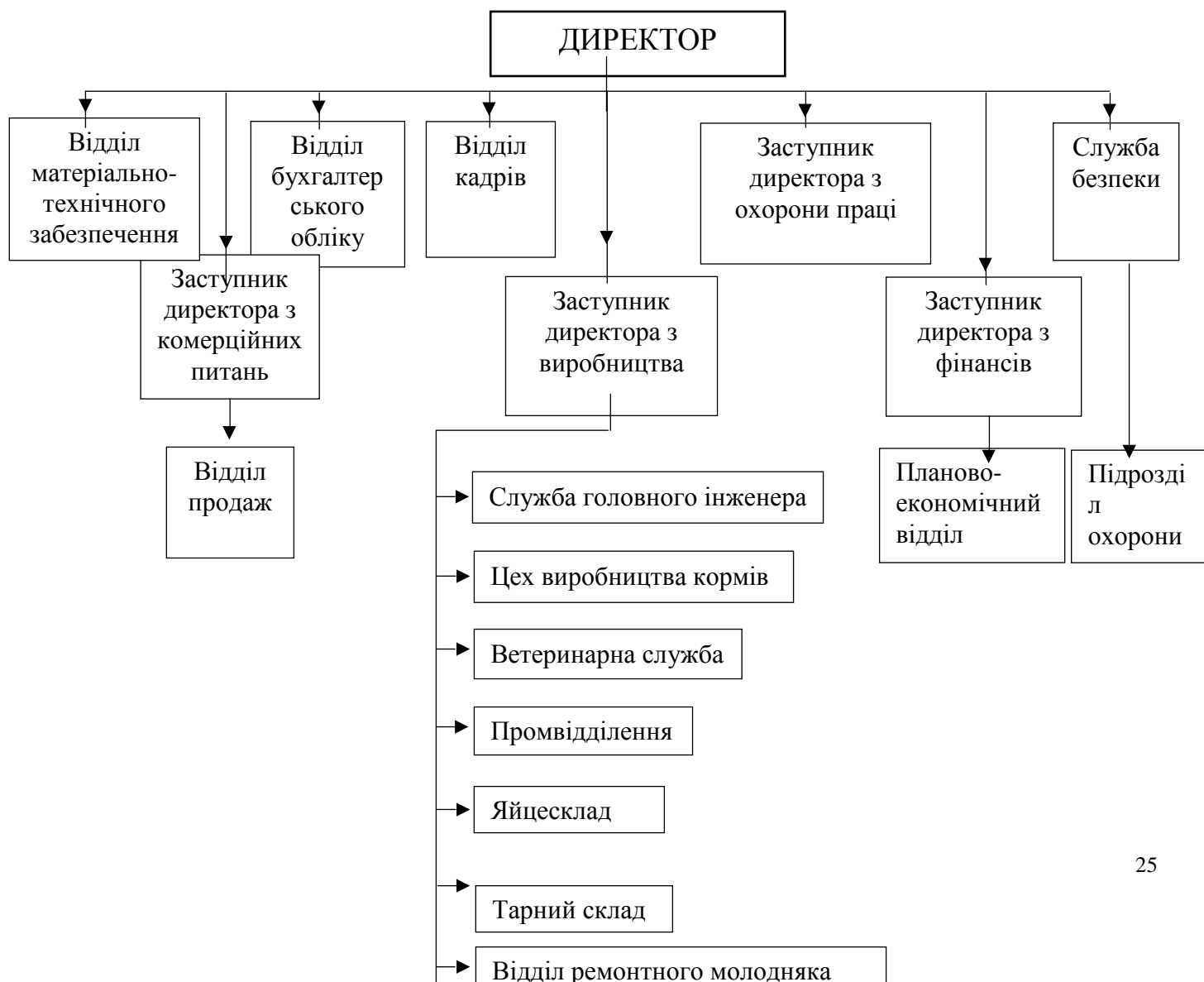
2019	ТОВ «АТБ-МАРКЕТ»	Дніпропетровськ а обл., смт. Ювілейне	Яйця курячі у шкарлупі, свіжі	13044,0/15121,1
	ТОВ «ФОЗЗІ-ФУД»	Київська обл., м. Вишневе	Яйця курячі у шкарлупі, свіжі	6742,2/10831,5
	ТОВ «Квантум-Біз»	м. Запоріжжя	Кури живі	74,160/743,35
	ТОВ «Темп-88»	м. Харків	Кури живі	69,258/584,36
	ТОВ «НоблРесорсіз Україна»	м. Київ	Кукурудза	495/1647,544

Основними постачальниками є:

- ТОВ «Українське зерно» (оптова торгівля зерном, насінням і кормами для тварин);
- ТОВ «Ветфактор» (оптова торгівля фармацевтичними товарами);
- ТОВ «ТД «Житомирський картонний комбінат» (картонки, коробки та ящики паперові або картонні гофровані);
- ПАТ «Сумиобленерго» (торгівля електричною енергією);
- ПАТ «Сумигаз» (Газ природний, скраплений або в газоподібному стані);
- ТОВ «АВІС УКРАГРО» (оптова торгівля зерном, насінням і кормами для тварин; послуги допоміжні щодо вирощування сільськогосподарських культур; картонки, коробки та ящики паперові або картонні гофровані; оптова торгівля добривами й агрохімічною продукцією);
- ПАТ «Полтавська птахофабрика» (курочка добова);
- ДП «НДППЗ ім. Фрунзе НУБіП України» (курочка добова);
- ТОВ «СІБ-АГРО» (оптова торгівля зерном, насінням і кормами для тварин);
- ТОВ «АЛМАЗ-ЦЕНТР» (послуги посередників щодо оптової торгівлі твердим, рідинним і газоподібним паливо та мастильними матеріалами);
- ТОВ фірма «Тріплекс» (оптова торгівля фармацевтичними товарами);
- ТОВ «РедОптімал» (послуги посередників щодо оптової торгівлі твердим, рідинним і газоподібним паливо та мастильними матеріалами);
- ТОВ «АТ Біофарм» (оптова торгівля фармацевтичними товарами (вакцина));
- ТОВ «Зернова індустрія» (картонки, коробки та ящики паперові або картонні гофровані);

- ТОВ «Торговий дім Каргес» (послуги посередників щодо оптової торгівлі твердим, рідинним і газоподібним паливо та мастильними матеріалами);
 - ПАТ «Київський картонно-паперовий комбінат» (картонки, коробки та ящики паперові або картонні гофровані);
 - ТОВ «Арготех-Гарантія» (соя);
 - ПП «Файні корми» (оптова торгівля зерном, насінням і кормами для тварин);
 - ТОВ «Універсал-Інвест-Менеджмент» (соя);
 - ТОВ «Ветсинтез» (оптова торгівля фармацевтичними товарами).
- Підприємство не здійснює діяльність на регіональному ринку.

2.3 Аналіз структури управління



Структура управління ТОВ «АВІС-Україна» відноситься до категорії лінійно-функціональних структур, Вона складається з трьох рівнів підпорядкування.

Лінійно-функціональна структура управління є найпоширенішою серед українських виробничих підприємств, якщо ми поглянемо на малюнок 2.1, то можемо сказати, що вона включає в себе немаленьке число горизонтальних і вертикальних зв'язків, и також можемо сказати, що низові ланки не приймають значну участь у прийнятті важливих рішень підприємства.

У підпорядкуванні директора компанії безпосередньо знаходяться його заступники за функціями, у нашому випадку – заступник директора з комерційних питань, виробництва, фінансів тощо. Він здійснює вплив на всіх учасників, а функціональні керівники (відділ матеріально-технічного забезпечення, відділ бухгалтерського обліку, відділ кадрів тощо) в свою чергу підпорядковують під себе виконавців робіт.

На основному виробництві підприємства працюють кваліфіковані спеціалісти, так як і вимагається у посадових інструкціях. Обов'язковим є складання виробничих планів, а саме плану виробництва. У підприємства є достатня кількість виробничих потужностей, щоб виконувати плани виробництва і отримувати прибуток.

Нижче з-за допомогою таблиці розглянемо недоліки і переваги лінійно-функціональної структури управління [32-33; 39].

Табл. 2.2 – Недоліки і переваги лінійно-функціональної структури управління

Недоліки	Переваги
Введення технологічних і конструкторських модернізацій ускладнюється через те, що керівні ланки не приймають в цьому участь.	Кваліфіковані спеціалісти, які можуть виконувати конкретні поставленні завдання.

Продовження табл. 2.2

Виникає проблема при вирішенні проблем і завдань без залучення відповідних ланок структури.	Всі учасники структури завжди будуть вірні стратегії розвитку підприємства .
Занадто розвинена система взаємодії по вертикалі, а саме підпорядкування по ієрархії управління.	Краща єдність структури (інформація до виконавців робіт краще доходить від директора та лінійних керівників), тим самим координація всередині компанії поліпшується.

Директору організації підпорядковані заступник директора з виробництва, заступник директора з фінансів, заступник директора з охорони праці, заступник директора з комерційних питань, відділ матеріально-технічного забезпечення, відділ бухгалтерського обліку, відділ кадрів та служба безпеки.

Діюча організаційна структура є жорстко централізованою системою керівництва. Така структура успішно працює в режимі реалізації рішень керівництва, але вона неефективна на етапі їх підготовки. Внаслідок цього в більшості випадків персонал майже не бере прямої участі в підготовці рішень (іноді лише отримує доручення керівника і готує інформацію, необхідну для прийняття рішень). У такій системі цілі персоналу рідко не збігаються з цілями керівника.

2.4 Аналіз збутової діяльності ТОВ «АВІС-Україна»

Підприємства зазвичай аналізують свою збутову діяльність щоб виявити неефективні витрати і тим самим підвищити показник рентабельності збуту. Аналіз збутової діяльності підприємства є дуже важливим, бо саме на цьому етапі воно отримує зворотній зв'язок від

кінцевого споживача, оцінюється при цьому попит на товар і потреби покупця [38]. Тому аналітики підприємства досконало аналізують і визначають майбутню прибутковість продукції, яка планується до випуску, визначають саме відношення витрат на реалізацію товару до показника рентабельності[16].

ТОВ «АВІС-Україна» здійснює збут своєї продукції через посередників, а саме це поставка у роздрібну торгівлю (АТБ маркет, Ашан, Фоззі-фуд, продовольчі ринки), та здійснює експорт продукції у країни Європи, Азії та південної Африки.

Нижче будемо аналізувати зміни основних показників та досліджувати виробництво і реалізацію товарів (табл. 2.3).

Табл. 2.3 Динаміка виробленої та реалізованої продукції «АВІС-Україна»

Показник	2018	2019	Темп змін
Обсяги виробленої продукції (тис. грн.)	119 288,1	127 971,6	1,072
Чистий дохід (тис. грн.)	141 368,1	159 950,6	1,131
Коефіцієнт відповідності	1,185	1,249	1,055
Нереалізована продукція (тис. грн.)	903,8	1 126,2	1,24

З даних таблиці бачимо, що темп зміни чистого доходу дорівнює 1,131 і він є вищим ніж темп змін обсягу виробленої продукції (1,072), це говорить нам про позитивну динаміку збутової діяльності підприємства. Коефіцієнт відповідності теж показує нам стабільно позитивний результат ефективності збуту продукції (1,055). Нижче буде зображено графічно динаміку виробленої та реалізованої продукції на підприємстві (рис. 2.2).

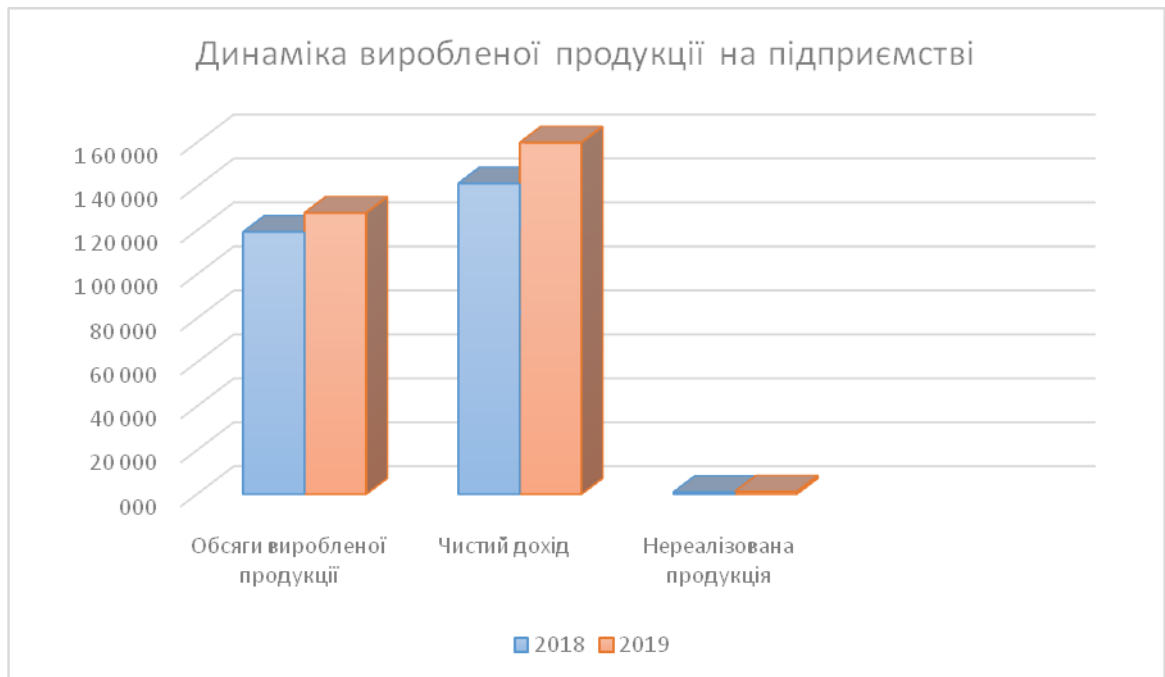


Рис. 2.2 – Основні показники «АВІС-Україна» (виробничо-збутові) за 2018-2019 рр.

Джерело: розроблено автором на основі табл. 2.4

В наш час підприємства намагаються налагодити ще більш ефективну систему збуту своєї продукції. Найголовніший показник від якого залежить собівартість продукції, конкурентоспроможність підприємства та його фінансовий стан – це обсяги продажу. Цей показник змінюється у кожному звітному періоді і тому завжди буде різна сума коштів, яку треба витратити на виробництво нової партії товарів[6]. Нижче буде наведена основна динаміка показників «АВІС-Україна» з приводу збутової діяльності (табл. 2.4, рис.2.3).

Табл. 2.4 – Динаміка основних показників «АВІС-Україна» з приводу збутової діяльності

Показники	2018	2019	Динаміка	
			Абсолютна	Відносна, %
Чистий дохід (тис. грн.)	141 368,1	159 950,6	+ 18 582,5	+13,14
Собівартість	118 382,3	138 469,7	+ 20 087,4	+16,96

реалізованої продукції (тис. грн.)				
---------------------------------------	--	--	--	--

Продовження табл. 2.4

Валовий прибуток (тис. грн.)	36 247	37 802	+ 1 555	+ 4,29
Витрати на збут (тис. грн.)	11 146	20 377	+ 7 231	+ 82,81

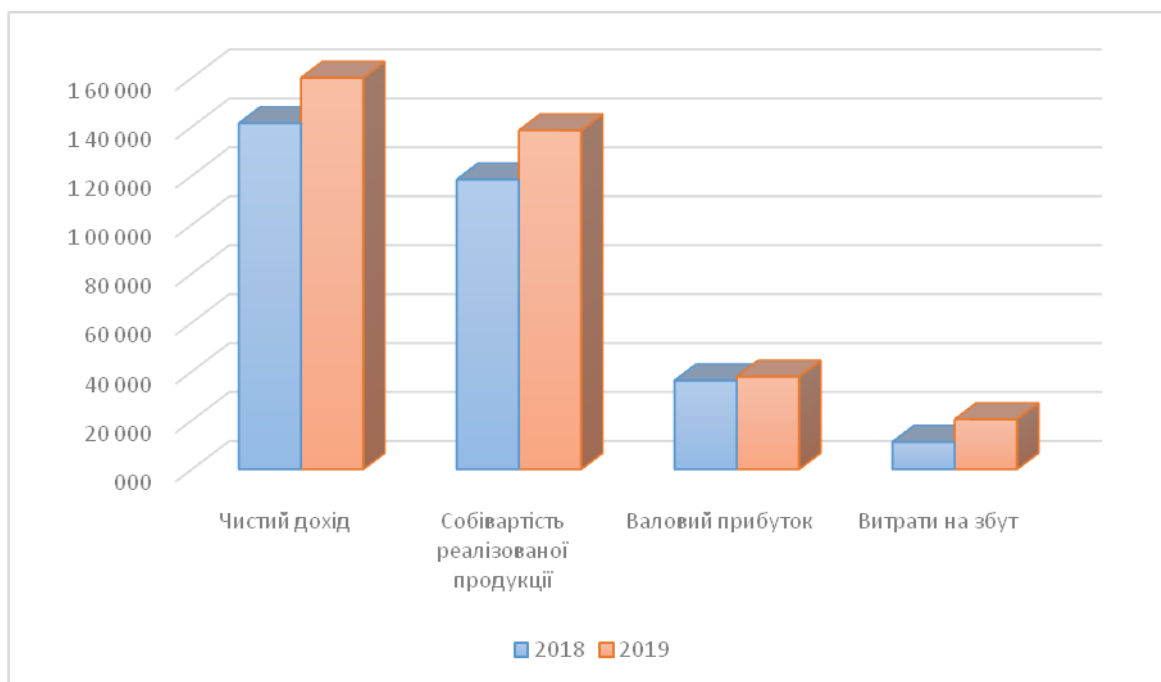


Рис. 2.3 – Динаміка показників «АВІС-Україна»

Джерело: розроблено автором з-за допомогою розрахунків

За даними табл. 2.5 спостерігаємо приріст майже по всім основним показникам. Чистий дохід збільшився на 18 582,5 тис. грн. (13,14%); собівартість реалізованої продукції на 20 087,4 тис. грн. (16,96%); валовий прибуток збільшився на 1 555 тис. грн. (-4,29%) через зменшення собівартості за одиницю реалізованої продукції; витрати на збут теж збільшились на 7 231 тис. грн. (+82.81%).

Можемо також оцінити ефективність збутової діяльності підприємства «АВІС-Україна» за показниками рентабельності (табл. 2.5).

Табл. 2.5 – Показники ефективності збуту «АВІС-Україна» (тис. грн.)

Показники	2018	2019	Динаміка	
			Абсолютна	Відносна, %
Чистий дохід	141 368,1	159 950,6	+ 18 582,5	+13,14
Собівартість реалізованої продукції	118 382,3	138 469,7	+ 20 087,4	+16,96
Середня вартість активів	90 638	134 403	+ 43 765	+ 48,28
Валовий прибуток	36 247	37 802	+ 1 555	+ 4,29
Фінансовий результат від операційної діяльності	58 765	38 573	- 20 192	- 34,36
Рентабельність реалізованої продукції, (%)	25,64	23,63	-2,01	-7,83
Рентабельність основної діяльності, (%)	30,61	27,29	-3,32	-10,84
Економічна рентабельність (%)	64,83	28,69	-36,14	-55,74

Джерело: розроблено автором з-за допомогою розрахунків

З таблиці видно, що показники рентабельності у 2019 році мають негативне значення. Так рентабельність основної діяльності знизилась на -

3,32%, рентабельність реалізованої продукції на 2,01%, а економічна рентабельність на 55,74%.

Проаналізувавши показники ефективності збутової діяльності підприємства можна сказати, що вони є необхідними для подальшого розвитку і удосконалення ефективності збуту.

Розділ 3. Напрями збільшення продуктивності для стимулювання збуту продукції

3.1 Підвищення продуктивності праці та заходи для стимулювання збуту на підприємстві «АВІС-Україна»

Продуктивність праці напряму впливає на обсяги виробленої та реалізованої продукції. Від якості виробництва товарів залежить дохід підприємства. Але на будь-якому підприємстві можуть виникати непередбачувані обставини, які призводять до виготовлення продукції, не придатної для збуту. Зазвичай це називають браком продукції[17].

Брак – це одна з найголовніших проблем, з якою може зіткнутися кожне підприємство. Через появу браку може збільшуватись собівартість продукції, а в подальшому це може негативно вплинути на показники ефективності підприємства, або взагалі призвести до банкрутства. Брак є однією із складових втрат виробництва. Незважаючи на те, що з такою проблемою стикається безліч підприємств, переважно більшість з них приховує це. Саме тому потрібно вести контроль над виробництвом продукції, а у випадку появи браку потрібно виявити його причини та усунути їх[17].

Підприємство «АВІС-Україна» не є виключенням. І хоча відсоток браку невеликий, але він все ж таки є. Так як бракована продукція напряму впливає на кількість реалізованої продукції та на рівень продуктивності підприємства, для збільшення другої необхідно її взагалі мінімізувати.

Для цього потрібно:

- покращити технічне оснащення підприємства;
- забезпечити більш якісну підготовку та перепідготовку персоналу підприємства;
- здійснювати якісний відбір персоналу;
- давати можливість вибору робітникам уникати монотонної роботи;

- підвищувати мотивацію працівників щодо їх продуктивності та уникнення браку. [17; 44-45,107,120]

Зрозуміло, що всі ці заходи призведуть до збільшення витрат підприємства, але в той же час зменшення відсотку бракованої продукції дозволить збільшити обсяги реалізованої продукції та позитивно вплинути на фінансові результати «АВІС-Україна».

Зараз розглянемо перший із запропонованих заходів для збільшення обсягів збуту на аналізованому підприємстві, а саме це покращення умов оплати праці робітникам, які займаються збутом продукції, та оплати праці робітникам на виробництві для мінімізації браку продукції.

На підприємстві «АВІС-Україна» працівники лише отримують фіксований оклад, і відповідно вони не належно вмотивовані для більших обсягів збуту продукції. Тому в даному випадку вигідніше буде запропонувати відрядно-преміальну оплату праці. Вона представляє собою оплату праці за виконання деяких планів обсягу робіт та додатково премії за перевиконання цих самих завдань[19]. Відповідно перша частина оплати буде дорівнювати 85% фіксований оклад, а друга частина (15%) – премії.

На підприємстві «АВІС-Україна» працює 40 робітників по збуту продукції. При умові, що ці робітники будуть показувати такі ж самі результати роботи, як і раніше, то компанія зменшить витрати на оплату їх праці на 15%, у грошовому виразі це 399 600 грн. І якщо додаткові премії у розмірі 15% за перевиконання планів по збуту продукції вмотивують робітників, то «АВІС-Україна» зможе збільшити чистий дохід в середньому на 8%, в грошовому виразі це 13 638,8 тис. грн.

З приводу мотивації робітників, які пов'язані безпосередньо із виробництвом, сортуванням товару необхідно запровадити щомісячні плани мінімізації браку і за виконання такого щомісячного плану вони будуть отримувати премії, чим менший відсоток браку, тим більші премії.

Другим заходом, який я пропоную підприємству для збільшення обсягів збуту продукції – це встановлення у деяких місцях збуту продукції

(АТБ – маркет, Ашан та ін.) інформаційних стендів про свою продукцію з етикетками, табличками та різними елементами декору. Такий стенд привертає ще більше увагу покупців до продукції, він буде виділяти товари компанії серед інших конкурентів, що звісно ж є ефективним. В подальшому це призведе до збільшення обсягів виробництва, бо до товарів компанії «АВІС-Україна» буде приділена особлива увага. Ці стенди можна встановити в кожному місті України, в ключових магазинах, маркетах (по 3 стенди в середньому на кожне місто). На обсяг витрат цього рекламного проекту, окрім кількості таких стендів буде також впливати оплата праці на розробку стендів, середній дохід та кількість населення в кожному місці та чисельна прохідність населення в кожному з магазинів.

Кошторис витрат наведений в табл. 3.1

Статті витрат	Сума, грн
Розробка стенду	15 000
Ставка маркетів, магазинів в середньому	$800 * 12 * 27 * 3 = 777\ 600$
Всього за рік	792 600

3.2 Обґрунтування ефективності впроваджених заходів на підприємстві «АВІС-Україна» для стимулювання збуту продукції

З-за допомогою даних фінансової звітності підприємства і деяких розрахунків зараз зможемо спрогнозувати результати, які компанія отримає в майбутньому включно із запропонованими заходами.

Перше, що я запропонував – це покращення умов оплати праці працівникам, які пов'язані зі збутом продукції, та працівникам, які займаються виробництвом, сортуванням товару. Додатково цей захід буде розвивати відповідні навички робітників, тим самим будуть збільшувати прибутки для компанії. Чистий дохід «АВІС-Україна» у 2019 році склав

170 485 тис. грн. Витрати на оплату персоналу, пов'язаним зі збутом продукції склав 2 664 тис. грн.

При нововведеннях в оплаті праці, а саме 85% фіксованого окладу і 15% премій за перевиконання планів по збуту продукції, підприємство може розраховувати на 8% збільшення чистого доходу, у грошовому вираженні це 13 638,8 тис. грн. Але якщо обсяги збуту будуть на такому ж рівні, як і до впровадження заходів, то компанія в такому випадку зможе зменшити витрати на оплату праці відповідним робітникам. Нижче розрахуємо скільки саме компанія зможе зекономити:

$$2\ 664 - 2\ 664 * 0,85 = 399,6 \text{ (тис. грн.)}$$

Бачимо, що у двох випадках чистий дохід підприємства буде зростати. Тому можемо сказати, що даний захід є вигідним для впровадження на «АВІС-Україна».

Другий захід, який був запропонований – це встановлення інформаційних стендів в торговому залі магазинів, маркетів. У 2019 році підприємство витратило на рекламу 318 тис. грн., чистий дохід компанії становив 170 485 тис. грн. Після впровадження запропонованих заходів чистий дохід від реалізованої продукції може зрости на цілий 1%. Нижче розрахуємо наскільки ефективний цей захід:

$170\ 485 * 1\% + 170\ 485 = 172\ 189,85$ тис. грн. – прогнозований чистий дохід підприємства

$172\ 189\ 850 - 792\ 600 - 170\ 285\ 000 = 1112,25$ тис. грн. – різниця між чистим доходом до і після впровадження заходів. Це показує, що витрати, які були витрачені на додаткову рекламу продукції були виправдані, і тому реалізація цього заходу теж буде доцільна і вигідна для підприємства.

Також з-за допомогою цього заходу підприємство стане більш конкурентоспроможним та зможе закріпитись на ринку, аналізуючи тенденції ринку, з кожним днем буде розширюватись клієнтська база компанії, і відповідно буде покращуватись контакт між підприємством та

споживачами, напевно ще вдасться освоїти нові канали збуту, і відповідно підвищиться дохідність підприємства.

Висновки

Після виконання своєї бакалаврської роботи можу зробити висновки:

Продуктивність показує наскільки ефективно підприємство використовує свої ресурси, а саме ресурси капіталу, землі, праці, енергії, інформації, природних ресурсів [135; 141; 145] в процесі виробництва товарів. Продуктивність це завжди співвідношення результату до витрат.

Результатом можна назвати обсяги виготовленої та реалізованої продукції та її вартість, прибуток, показники конкурентоспроможності тощо.

На продуктивність праці впливають техніко-технологічний стан підприємства та рівень екстенсивного використання праці (наскільки продуктивно працівники використовують свою працю, та тривалість робочого часу).

Збутова діяльність є ключовим етапом для усіх підприємств, бо від нього напряму залежить дохід і прибуток. Збутова діяльність відповідно є і завершальним етапом, бо він резюмує виробництво, планування, пошук партнерів та доведення до споживачів кінцевого продукту.

Провівши аналіз сучасного стану виробництва продукції птахівництва в Україні можна сказати, що вона активно розвивається і поступово наприклад м'ясо птиці замінює м'ясо інших видів, тому що попит на цю продукцію теж зростає з кожним роком, відповідно ціни на м'ясо птиці знижуються, а ціни на інші види м'яса навпаки збільшуються.

На мою думку основними напрямками розвитку птахівництва є:

- нарощування виробництва продукції за рахунок відкриття нових підприємств;
- розширення асортименту продукції;
- модернізація технологій виробництва;
- залучення більших інвестицій;
- підвищувати якість продукції;
- використання новітніх методів маркетингу, реклами і збуту продукції.

Зробивши певні дослідження, можна стверджувати, щона даний момент птахівництво в нашій країні знову відроджується, а ТОВ «АВІС-Україна» є компанією, яка в певній мірі пристосована до змін зовнішнього середовища та стабільно розвивається.

ТОВ «АВІС-Україна» є одним із провідних комплексів у сфері птахівництва, і протягом багатьох років займає лідируючі позиції на українському ринку з виробництва курячого яйця.

Головним завданням підприємства є виробництво та реалізація конкурентоспроможної продукції, що забезпечує отримання прибутку, достатнього для розвитку підприємства і забезпечення максимальної зайнятості.

ТОВ «АВІС-Україна» здійснює збут своєї продукції через посередників, а саме це поставка у роздрібну торгівлю (АТБ маркет, Ашан, Фоззі-фуд, продовольчі ринки), та здійснює експорт продукції у країни Європи, Азії та південної Африки.

Збут продукції і продуктивність підприємства тісно пов'язані між собою, і показник одного залежить від показника другого.

Перший із запропонованих заходів для збільшення обсягів збуту на аналізованому підприємстві, а саме це покращення умов оплати праці робітникам, які займаються збутом продукції, та оплати праці робітникам на виробництві для мінімізації браку продукції. При нововведеннях в оплаті праці, а саме 85% фіксованого окладу і 15% премій за перевиконання планів по збуту продукції, підприємство може розраховувати на 8% збільшення чистого доходу, у грошовому вираженні це 13 638,8 тис. грн. Але якщо обсяги збуту будуть на такому ж рівні, як і до впровадження заходів, то компанія в такому випадку зможе зменшити витрати на оплату праці відповідним робітникам, економія буде дорівнювати 399,6 тис. грн.

Другий захід, який був запропонований – це встановлення інформаційних стендів в торговому залі магазинів, маркетів. Після впровадження запропонованих заходів чистий дохід від реалізованої

продукції може зрости на цілий 1%. 172 189,85 тис. грн. – прогнозований чистий дохід підприємства.

1112,25 тис. грн. – різниця між чистим доходом до і після впровадження заходів. Це показує, що витрати, які були витрачені на додаткову рекламу продукції були виправдані, і тому реалізація цього заходу теж буде доцільна і вигідна для підприємства.

Список використаних джерел

1. АВИС-УКРАЇНА – сучасний птахівничий комплекс [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://avis-ukraine.com.ua/>.
2. Балабанова Л. В., Митрохіна Ю. П. Управління побутовою політикою. Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 240 с.
3. Богиня Д. П. Основи економіки праці : навч. посіб / Д. П. Богиня, О. А. Грішнова. – К. : Знання-Прес, 2010. – 560 с.
4. Бойчик І. М. Економіка підприємства / І. М. Бойчик. – К.: Атака, 2004. – 378 с.
5. Бондар Н. Економіка підприємства: Навчальний посібник / Н. Бондар, В. Воротін, О. Гаєвський,; За заг. ред. А. В. Калини; Міжрегіональна академія управління персоналом. - К.: МАУП, 2006. - 350 с.
6. Браун К. Практическое пособие по стимулированию сбыта / К. Браун. - М., 2003. - 382 с.
7. Владимірова Л. П. Економіка праці / Л. П. Владимірова. – Навчальний посібник – 2-е вид., Перероб. і доп. – М.: Дашков М. Р. і Комар М. С. – 2002. – 300 с.
8. Генкин Б. М. Экономика и социология труда / Б. М. Генкин. – М.: НОРМА-ИНФРА, 2000. – 412 с.
9. Грішнова О. А. Економіка праці та соціально-трудові відносини: підруч. / О. А. Грішнова. – К.: Знання, 2004. – 535 с.
10. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
11. Економіка підприємства : навч. посіб. / за ред. А. В. Шегди. – К. : Знання-Прес, 2011. – 651 с.
12. Економічні показники [Електронний ресурс] – URL: <https://www.finalon.com/ru/>.
13. Іляш О. І., Гринкевич С. С. Економіка праці та соціально-трудові відносини. 331 изд. Київ: Знання, 2010.

14. Калина А. В. Економіка праці: навч. посіб. / А. В. Калина – К.: МАУП, 2004. – 272 с.

15. Ковальчук І.В. Економіка підприємства [Текст] : навч. посібник / І. В. Ковальчук. - К. :Знання, 2008.

16. Морохова В.О., Ковальчук О.В. Планування та організування маркетингової діяльності підприємств: Монографія. - Луцьк: ЛДТУ, 2006. - 176 с.

17. Напрями підвищення продуктивності праці на підприємстві // конференції державного університету «житомирська політехніка» URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/06/120.pdf> (дата звернення: 21.05.2020).

18. Обер-Крие Дж. Управление предприятием : пер. с фр. / Дж. Обер-Крие. – М. : Сирин, 2009. – 257 с.

19. Оплата праці: поняття, види та форми // Википедия URL: https://wiki.legalaid.gov.ua/index.php/%D0%9E%D0%BF%D0%BB%D0%B0%D1%82%D0%B0_%D0%BF%D1%80%D0%B0%D1%86%D1%96:%D0%BF%D0%BE%D0%BD%D1%8F%D1%82%D1%82%D1%8F,%D0%B2%D0%B8%D0%B4%D0%B8_%D1%82%D0%B0_%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B8 (дата звернення: 21.05.2020).

20. Оснач О. Ф., Пилипчук В. П., Коваленко Л. П. Промисловий маркетинг. Київ: Центр учбової літератури, 2009.

21. Полегенька М. А. Аналіз сучасного стану виробництва продукції птахівництва в Україні // Економіка та держава. - 2019. - №3.

22. Птицефабрики Украины [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://ptichki.net/>.

23. Спільник І. В. Економічний аналіз: навч.-метод. комплекс дисципліни / І. В. Спільник, О. М. Загородна. – Тернопіль: ТНЕУ, 2012. – 432 с.

24. Сутність і значення продуктивності праці // Навчальні посібники Вінницького національного технічного університету мережні електронні видання URL:

https://web.posibnyky.vntu.edu.ua/fmib/17nebava_ekonomika_organizaciya_virob_nichoyi_diyalnosti/zmist.htm (дата обращения: 21/05/2020).

25. Телетов О. С. Маркетинг у промисловості: Монографія / О.С. Телетов. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 248 с.

26. Єсінова Н.І. Економіка праці та соціально-трудові відносини / Н.І. Єсінова. – К.: Кондор, 2004. – 258 с.

27. Дериколенко, О.М. Формування бізнес-моделі венчурної діяльності машинобудівних підприємств / О.М. Дериколенко // Маркетинг інновацій і інновації у маркетингу: збірник тез доповідей X Міжнародної науково-практичної конференції, 29 вересня - 1 жовтня 2016 р. / Відп. за вип. Ю.М. Гладенко. – Суми: Ткачов О.О., 2016. – С. 73-75.

28. Венчурна діяльність промислових підприємств України на порозі нової промислової революції / О.М. Дериколенко, І.М. Бурлакова, Г.С. Пономарьова, К.Ю. Кондруніна // Механізм регулювання економіки. – 2016. – № 4. – С. 11-24.

29. Формування на території Сумської області ЕКОПОЛІСУ "Еко-Сумщина" / Л.Г. Мельник та ін. // Механізм регулювання економіки. — 2008. — №1. — С.11-21.

30. Божкова, В.В. Передумови удосконалення управління інноваціями на малих та середніх промислових підприємствах / В.В. Божкова, О.М. Дериколенко // Механізм регулювання економіки. — 2009. — №3, Т.2. — С. 225-229.

31. Ілляшенко С. М. Теоретико-методичні підходи до аналізу інноваційних проєктів промислових підприємств / С. М. Ілляшенко, В. В. Божкова, О. М. Дериколенко // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". – 2010. – № 690 : Логістика. – С. 48-53.

32. Інновації у маркетингу і менеджменті : монографія / С. М. Ілляшенко [та ін.] ; заг. ред. С. М. Ілляшенко. Суми : Друкарський дім "Папірус", 2013. 616 с.

33. Дериколенко, О.М. Особливості вибору інноваційних стратегій промисловими підприємствами / О.М. Дериколенко // Маркетинг і менеджмент інновацій. - 2012. - №2. - С. 78-83.
34. Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу : монографія / С. М. Ілляшенко [та ін.] ; заг. ред. С. М. Ілляшенко. – Суми : Університетська книга, 2008. – 615 с.
35. Божкова В.В. Методичні підходи до вибору стратегій просування інновацій на ринок / С. М. Ілляшенко, В. В. Божкова, О. М. Дериколенко // Маркетинг і менеджмент інновацій. - 2010. - № 1. - С 34-41.
36. Дериколенко О.М. Інноваційні ризики: сутність, класифікація / О. М. Дериколенко, 2012. Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/prom/2012_1/Derikolenko.pdf. 2012.
37. Дериколенко О. М. Управління інноваційними ризиками на малих та середніх промислових підприємствах : дис. / О. М. Дериколенко. - Суми, Вид-во СумДУ, 2010. - 169 с.
38. Механізм стратегічного управління інноваційним розвитком: звіт про НДР (заключний) / Кер.: О.А. Біловодська. - Суми: СумДУ, 2010. - 274 с.
39. Дериколенко О. М. Венчурна діяльність промислових підприємств: теорія, методологія, практика. / О. М. Дериколенко. – Суми: ВВП "Мрія", 2016.
40. Сотник І.М. Проблеми та напрямки підвищення енергоефективності економіки України / І.М. Сотник, К.О. Охтеменко, Є.О. Сидоренко // Механізм регулювання економіки. – 2010. – № 4. – С. 214-218.
41. Сотник І.М. Економічне стимулювання ресурсозбереження у контексті сталого розвитку України / І.М. Сотник // Економіст. - 2010. - № 12. - С. 72-75.

42. Sotnyk I. Energy efficiency of Ukrainian economy: problems and prospects of achievement with the help of ESCOs / I. Sotnyk // Актуальні проблеми економіки. – 2016. – № 1. – С. 192-199.

43. Сотник І. Про макроекономічні наслідки ресурсозбереження / І. Сотник // Економіка України. – 2009. – № 10. – С. 27-35.

44. Сотник І.М. Формування еколого-економічного механізму управління ресурсозбереженням. Автореферат... д. екон. наук, спец.: 08.08.01 – економіка природокористування і охорони навколишнього середовища / І.М. Сотник. - Одеса : ІПРЕЕД, 2010. - 34 с.

45. Sotnyk I. Management of renewable energy innovative development in Ukrainian households: problems of financial support / I. Sotnyk, I. Shvets, Y. Chortok, L. Momotiuk // Marketing and Management of Innovations. – 2018. – № 4. – P. 150–160. <http://doi.org/10.21272/mmi.2018.4-14>.

46. Pimonenko, T. EU integration: opportunities for Ukrainian entrepreneurs / T. Pimonenko, Yu. Chortok, O. Lyulyov // Економіка і регіон: науковий вісник Полтавського національного технічного університету імені Юрія Кондратюка. - №1(62). – 2017. – С. 87-94. <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/69028>

47. Yulija CHORTOK & Alona YEVDOKYMOVA & Yuliya SERPENINOVA, 2018. "Formation of the Mechanism of Corporate Social and Environmental Responsibility of the Trading Company," Journal of Advanced Research in Management, ASERS Publishing, vol. 9(5), pages 1011-1018.

48. Чорток Ю.В. Проблематика инновационной деятельности предприятий Украины / Ю.В. Чорток, А.В. Евдокимов // Современные проблемы управления проектами в инвестиционно-строительной сфере и природопользовании: Материалы междунар. Научно-практ. Конференции 14-15 апреля 2011 г. / Под ред.. В.И. Ресина. – М.: ГОУ ВПО «РЭУ им. Г.В. Плеханова», 2011. – С.167-172. <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/21272>

49. Шкарупа О.В., Цупро О.М., Кубатко О.В., Мельник О.І. Екополіс «Еко-Сумщина»: аналіз напрямків реалізації та головних досягнень. *Механізм регулювання економіки*, 2010. № 1(3). С. 53-62.
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/3570>

50. Кубатко О.В. Діяльність підприємства у світлі синергетики/ Л.Г. Мельник, О.В. Кубатко // *Вісник Сумського державного університету. Серія: економіка*. – 2005. – №10 (82). – С. 117–124.

51. Кубатко О.В. *Управління конкурентоспроможністю продукції / Економіка підприємства підручник / за заг. ред. Л.Г. Мельника*. – Суми : Університетська книга, 2012 с. 596-605

52. Кубатко О.В. Аналіз амортизаційної політики підприємства в світлі нового податкового законодавства/ О.В. Кубатко, І.В. Терещенко, Т.В. Руденко // *Механізм регулювання економіки*. – 2012. – №1. – С. 210–217.

53. Кубатко О.В. Інвестиційне забезпечення підприємств сільськогосподарства в умовах економічних та екологічних флуктуацій / О.І. Карінцева, О. В. Кубатко, А.С. Лавриненко // *Механізм регулювання економіки*. – 2013. – № 1. – С. 143–149

54. Кубатко О.В., Акуленко В.Л., Іскаков А.А. Розвиток виробничого потенціалу машинобудівних підприємств в умовах нестабільного ринкового середовища / О.В. Кубатко, А.А. Іскаков // *Механізм регулювання економіки*. – 2015. – № 3. С. 43-51.

55. Кубатко О. В. Інноваційний розвиток підприємств в умовах економічної нестабільності / О. В. Кубатко, Ю. О. Омеляненко // *Механізм регулювання економіки*. – 2015. – № 2. – С. 54–60

56. Кубатко О.В. Європейська торговельна політика / О. В. Кубатко, О. В. Кубатко, Т. В. Пимоненко // *Підприємництво, торгівля та біржова діяльність [Текст] : підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. І. М. Сотник, д.е.н., проф. Л. М. Таранюка*. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2018. – с.162–177.

57. Промышленные революции : учебное пособие / Л. Г. Мельник, А. М. Маценко, И. Б. Дегтярева, А. В. Кубатко. – Сумы : ИТД «Университетская книга», 2017. – 160 с.

58. Дерев'янку Ю. М. Соціальна та солідарна економіка: поняття та сутність, досвід та перспективи / Ю. М. Дерев'янку, Л. Г. Мельник, О. В. Кубатко // Mechanism of Economic Regulation. - 2014. - № 3. - С. 89-98. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mre_2014_3_12

59. Кубатко О. В. Розробка процесів бізнес-моделювання виробничих та збутових підприємств в умовах третьої промислової революції / Л. М. Таранюк, О. В. Кубатко, С. О. Кальченко, Т. В. Марченко // Механізм регулювання економіки. – 2016. - № 4 – С. 43 - 26

60. Шкарупа, О.В. Маркетингові стратегії екологічної модернізації соціально-економічних систем [Текст] / О.В. Шкарупа // Маркетинг інновацій і інновації у маркетингу : збірник тез доповідей IX Міжнародної науково-практичної конференції, м. Суми, 24-25 вересня 2015 р. / Відп. за вип. Ю.М. Гладенко. - Суми : ФОП Ткачов О.О., 2015. - С. 199-200.

61. Шкарупа О.В. Методологічні засади державного регулювання екологічної модернізації національної економіки [Текст] : дисертація ... д-ра екон. наук, спец.: 08.00.03 - економіка та управління національним господарством / О. В. Шкарупа ; наук. консультант Л.Г. Мельник. — Суми : СумДУ, 2018. — 485 с.

62. Шкарупа О.В. Прогнозування адекватності процесу екологічної модернізації в системі національної економіки // Глобальні та національні проблеми економіки, випуск 18. – 2017 р. – С. – 159-163. <http://www.global-national.in.ua/archive/18-2017/32.pdf>

63. Шкарупа О.В. Бізнес-планування «зеленого» зростання економіки регіону як чинник екологічної модернізації соціально-економічних систем // Механізм регулювання економіки, № 3, 2016 – С. 9-18.

https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/49523/1/OLENA_V_SHKARUPABusiness_Planning.pdf

64. Шкарупа О.В. Управління екологічною модернізацією соціально-економічного розвитку регіону // Економічний часопис-XXI №7-8(2) 2015. – С. 57-60. <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=300539>

65. Shkarupa, O., Melnyk L.G., Kharchenko M.O. Innovative Strategies to Increase Economic Efficiency of Greening the Economy // Middle-East Journal of Scientific Research 16 (1): 30-37, 2013.

66. Шкарупа О.В. Індикатори екологічної модернізації соціально-економічних систем в контексті зеленого зростання економіки регіону // Механізм регулювання економіки, № 1, 2015 – С. 9-20. https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/41826/1/shkarupa_environmental_modernization.pdf

67. Шкарупа О.В., Бурич І.В. Теоретичні аспекти формування та управління портфелем екологічно орієнтованих бізнесів регіону // Маркетинг і менеджмент інновацій, № 1, 2015. – С. 240-252. [file:///D:/Users/User/Downloads/Mimi_2015_1_23%20\(1\).pdf](file:///D:/Users/User/Downloads/Mimi_2015_1_23%20(1).pdf)

68. Shkarupa, O., Sineviciene, L., Sysoyeva, L. (2018). Socio-economic and Political Channels for Promoting Innovation as a Basis for Increasing the Economic Security of the State: Comparison of Ukraine and the Countries of the European Union. *SocioEconomic Challenges*, 2(2), 81-93. DOI: 10.21272/sec.2(2).81-93.2018.

69. Мельник, Л. Г. Передумови ефективності освітніх трансформацій у контексті сталого розвитку на основі формування екополісу [Текст] / Л. Г. Мельник, О. В. Шкарупа // Екологічний вісник. – 2012. – № 4. – С. 14-15. https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/67389/3/Melnyk_Shkarupa_ecopolis.pdf

70. Мельник Л.Г., Шкарупа Е.В., Самаль С.А. К вопросу об интегрированном управлении устойчивым развитием региона // Механізм регулювання економіки. – 2013. – № 4. – С. 27- 40. file:///D:/Users/User/Downloads/Mre_2013_4_5.pdf

71. Мельник Л.Г., Дегтярева И.Б., Шкарупа Е.В., Чигрин Е.Ю. Социальная и солидарная экономика при переходе к сестейновому развитию: опыт ЕС // Механізм регулювання економіки, № 4, 2014 – С. 24-30. [https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-](https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/72345/1/Melnyk_Degtiarova_Shkarupa_Chygryn.pdf)

[download/123456789/72345/1/Melnyk_Degtiarova_Shkarupa_Chygryn.pdf](https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/72345/1/Melnyk_Degtiarova_Shkarupa_Chygryn.pdf)

72. Дегтярџова, І.Б. Економічні та фінансові інструменти забезпечення сталого регіонального розвитку: досвід ЄС [Текст] / І.Б. Дегтярџова, О.І. Мельник, Я.В. Романенко // Механізм регулювання економіки. - 2014. - № 3. - С. 18-27.

73. Дегтярџова, І.Б. Врахування екстернальних ефектів при розрахунку синергетичних результатів в еколого-економічних системах (мова оригіналу - українська) [Текст] / І.Б. Дегтярџова // Механізм регулювання економіки. — 2009. — №1. — С.52-62.

74. Мельник Л.Г. Экономическая оценка и учет в региональном планировании экосистемных услуг /Л.Г.Мельник, И.Б.Дегтярева/Экономика экосистем и биоразнообразия: потенциал и перспективы стран Северной Евразии: Материалы совещания «Проект ТЕЕВ – экономика экосистем и биоразнообразия: перспективы участия России и других стран СНГ(Москва, 24 февраля 2010 г.). – М.: Изд-во Центра охраны дикой природы, 2010. – С. 41-49

75. Мельник Л.Г., Дегтярева И.Б., Бурлакова И.М. Управление социально-экономическим потенциалом устойчивого сбалансированного развития региона// Инновационная Россия: опыт регионального развития : сборник научных трудов / ред.. кол.: С.Г. Емельянов, Л.Н. Борисоглебска [и др.]. – Курск : Курск.гос. техн. ун-т, 2009. – С. 32–36.

76. Melnyk, L.
Innovations in the context of modern economic transformation processes of enterprise, region, country: the EU experience / L. Melnyk, I. Dehtyarova, D. Gorobchenko, O. Matsenko // Маркетинг і менеджмент інновацій. - 2017. - № 4. - С. 260-271. - DOI: 10.21272/mmi.2017.4-23

77. Sotnyk, I. N., Dehtyarova I.B., Kovalenko, Y.V. Current threats to energy and resource efficient development of Ukrainian economy //Actual Problems of Economics. #11(173), 2015, P. 137-145.

78. Leonid Melnyk, OleksandrKubatko, IrynaDehtyarova, OleksandrMatsenko and OleksandrRozhko (2019). The effect of industrial revolutions on the transformation of social and economic systems. Problems and Perspectives in Management, 17(4), 381-391.
[http://dx.doi.org/10.21511/ppm.17\(4\).2019.31](http://dx.doi.org/10.21511/ppm.17(4).2019.31)

79. БожковаВ.В.
Методичні підходи до вибору стратегій просування інновацій на ринок / С. М. Ілляшенко, В. В. Божкова, О. М. Дериколенко // Маркетинг і менеджмент інновацій. - 2010. - № 1. - С 34-41.

80. Божкова, В.В. Передумови удосконалення управління інноваціями на малих та середніх промислових підприємствах / В.В. Божкова, О.М. Дериколенко // Механізм регулювання економіки. — 2009. — №3, Т.2. — С. 225-229.

81. Венчурна діяльність промислових підприємств України на порозі нової промислової революції / О.М. Дериколенко, І.М. Бурлакова, Г.С. Пономарьова, К.Ю. Кондруніна // Механізм регулювання економіки. – 2016. – № 4. – С. 11-24.

82. Дериколенко О. М. Управління інноваційними ризиками на малих та середніх промислових підприємствах : дис. / О. М. Дериколенко. - Суми, Вид-во СумДУ, 2010. - 169 с.

83. Дериколенко О. М. Венчурна діяльність промислових підприємств: теорія, методологія, практика. / О. М. Дериколенко. – Суми: ВВП " Мрія", 2016.

84. Дериколенко О.М. Інноваційні ризики: сутність, класифікація / О. М. Дериколенко, 2012. Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/prom/2012_1/Derikolenko.pdf. 2012.

85. Дериколенко, О.М. Особливості вибору інноваційних стратегій промисловими підприємствами / О.М. Дериколенко // Маркетинг і менеджмент інновацій. - 2012. - №2. - С. 78-83.

86. Дериколенко, О.М. Формування бізнес-моделі венчурної діяльності машинобудівних підприємств / О.М. Дериколенко // Маркетинг інновацій і інновації у маркетингу: збірник тез доповідей X Міжнародної науково-практичної конференції, 29 вересня - 1 жовтня 2016 р. / Відп. за вип. Ю.М. Гладенко. – Суми: Ткачов О.О., 2016. – С. 73-75.

87. Ілляшенко С. М. Теоретико-методичні підходи до аналізу інноваційних проєктів промислових підприємств / С. М. Ілляшенко, В. В. Божкова, О. М. Дериколенко // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". – 2010. – № 690 : Логістика. – С. 48-53.

88. Механізм стратегічного управління інноваційним розвитком: звіт про НДР (заключний) / Кер.: О.А. Біловодська. - Суми: СумДУ, 2010. - 274 с.

89. Мішенін Є.В. Еколого-економічна безпека аграрного землекористування: концептуальні орієнтири та організаційні механізми / Є.В. Мішенін, І.Є. Ярова, О.М. Дутченко // Збалансоване природокористування. – 2017. - №2. - С. 145-151.

90. Мішенін Є.В. Стале землекористування у контексті забезпечення продовольчої безпеки: національні та глобальні аспекти / Є.В. Мішенін, О.М. Дутченко, І.Є. Ярова // Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія «Економіка та менеджмент». 2015.- № 4 (63) – С. 8-14.

91. Ярова І.Є. Інституційні та еколого-економічні засади розвитку природогосподарського підприємництва / І.Є. Ярова, Н.В. Мішеніна, О.М. Дутченко, Г.А. Мішеніна // Збалансоване природокористування.-2016.- № 1 – С. 21-29.

92. Дутченко О.М. Інтегровані бізнес-підприємницькі структури кластерного типу в системі конкурентоспроможного розвитку регіону / Дутченко О.М., Мішеніна Н.В., Мішеніна Г.А. //

Сучасні механізми забезпечення конкурентоспроможності національної економіки: монографія / [Л. В. Кривенко, Є. В. Мішенін, М. І. Макаренко та ін.] / за заг. ред. д-ра екон. наук Л.В. Кривенко. – Суми : Сумський державний університет, 2018. – С. 149-169.

93. Mishenin, Ye.V, Yarova, I.Ye., Dutchenko, O.M., Mishenina, N.V. Conceptually-innovative directions and organizational mechanism for providing the environmental and economic safety of agrarian nature management/ National Security & Innovation Activities: Methodology, Policy and Practice: monograph / edited by Dr. of Economics, Prof. O. Prokopenko, Ph.D in Economics V. Omelyanenko, Ph.D in Technical Sciences, Assoc. Prof. Yu. Ossik. – Ruda Śląska : Drukarnia i Studio Graficzne Omnidium, 2018 – P. 242-249

94. Мішенін Є.В. Соціально-економічна ефективність розвитку екологічно чистих виробництв агропромислової сфери України / Є.В. Мішенін, О.М. Дутченко, Г.А. Мішеніна // Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія «Економіка та менеджмент». - 2017. - № 12

95. Гармонизация социально-экономического развития как магистральное направление повышения конкурентоспособности современного государства / под ред. Емельянова С.Г., Минаковой И.В. – Орёл: АПЛИТ, 2011. – 344 с.

96. Економіка підприємства: Підручник / За ред. Л.Г. Мельника. – Суми: Університетська книга, 2004. – 630 с.

97. Каринцева А.И. Экономические основы планирования процессов экологически устойчивого развития территории. Сумы: СумГУ, 1997

98. Каринцева А.И., Старченко Л.В. Финансовый менеджмент. М.: Экономика, 2015

99. Каринцева О.І., Волк О.М. Еколого-економічна ефективність використання інформаційно-комунікаційних технологій в Україні. Механізм регулювання економіки. – 2009. – №2. – С. 24-29.

100. Карінцева О.І., Матвєєв П.С. Теоретичні аспекти визначення сутності інноваційного потенціалу. Механізм регулювання економіки. – 2015. – № 2. – С. 23-30.
http://mer.fem.sumdu.edu.ua/content/acticles/issue_25/OLEKSANDRA_I_KARIN_TSEVA_PAVLO_S_MATVIEIEVTheoretical_Aspects_of_Defining_the_Essence_of_the_Innovative_Potential.pdf

101. Карінцева О.І., Мельник Л.Г., Качур П.С., Балацький О.Ф. та ін. Формування на території Сумської області ЕКОПОЛІСУ – науково-виробничо-освітнього комплексу з виробництва і реалізації товарів екологічного призначення (концептуальні положення). Науково-практичне видання. - Суми: ВТД “Університетська книга”, 2003. ISBN 966-680-088-8

102. Карінцева О.І., Тарасенко С.В. Методичні аспекти аналізу інфраструктури ринку екологічних товарів та послуг (РЕТП) в Україні. Механізм регулювання економіки.-Суми, вид-во СумДУ, 2011.- № 1(51).- С.- 267-273.

http://mer.fem.sumdu.edu.ua/content/acticles/issue_12/O_I_Karintseva_S_V_TarasenkoMethodical_aspects_of_the_analyses_infrastructure_of_the_market_ecological_goods_and_services.pdf

103. Карінцева О.І., Тарасенко С.В. Теоретичні засади механізму екологізації розвитку підприємств на основі формування попиту на екологічні товари. Механізм регулювання економіки. №4, 2010. С. 94-100

104. Карінцева О.І., Харченко М.О., Кальченко С.О. Ефективність використання лізингу в сучасних умовах. Механізм регулювання економіки, №3. 2016. С. 97-106

http://mer.fem.sumdu.edu.ua/content/acticles/issue_30/OLEKSANDRA_I_KARIN_TSEVA_MYKOLA_O_KHARCHENKO_SVITLANA_O_KALCHENKOEfficie ncy_of_Leasing_in_Modern_Conditions.pdf

105. Карінцева О.І., Харченко М.О., Матвєєв П.С. Науково-практичні засади оцінки розвитку інноваційного потенціалу регіонів. Механізм регулювання економіки, #2. 2014. С. 70-78

http://mer.fem.sumdu.edu.ua/content/acticles/issue_21/OLEKSANDRA_I_KARIN_TSEVA_MYKOLA_O_KHARCHENKO_PAVLO_S_MATVIEIEVScientific_and_Practical_Bases_of_Estimation_of_Innovative_P.pdf

106. Концептуальні підходи до змін моделей споживання та виробництва при переході до стійкого розвитку [Текст] / Л.Г. Мельник, О.І. Мельник, О.І. Карінцева та ін. // Механізм регулювання економіки. — 2007. — №3. — С.51-58.

107. Мельник Л. Г., Волк О. М., Гайтина Н. М., Рибалка М. В. Удосконалення методів мотивації працівників на підприємствах України з урахуванням міжнародного досвіду // Вісник СумДУ. Серія “Економіка”, № 4'2012. С. 55-63.

108. Мельник Л. Г. Поняття про сталий розвиток / Л. Г. Мельник // Основи стійкого розвитку. – Суми: Університетська книга, 2007. – С. 411–442.

109. Мельник Л.Г. Екологічна економіка. – Суми, 2001. – 284 с.

110. Мельник Л.Г. Екологічна економіка: підручник. – 3-тє вид., випр. і допов. – Суми: Університетська книга, 2006. – 367 с.

111. Мельник Л.Г. Тайны развития (не очень серьезная книга об очень серьезном) [Текст] / Л.Г. Мельник. - Сумы : Университетская книга, 2005. - 378 с.

112. Мельник Л.Г., Каринцева А.И. Экономика предприятия. конспект лекций: Учебное пособие. – Университетская книга, 2002. 400 с.

113. Методи оцінки екологічних втрат : монографія / За ред. Л. Г. Мельник, О. І. Карінцева. - Суми, 2004. - 288 с.

114. Основи екології. Екологічна економіка та управління природокористуванням: Підручник / за ред. Л.Г. Мельник, М.К. Шапочки. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2005. – 759 с.

115. Основи стійкого розвитку: навч. посіб. / За ред. Л.Г. Мельника. - Суми :Університетська книга, 2005. - 654 с.

<https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/44620/1/>

Melnyk_Osn_stiy_rozv.pdf

116. Современные тенденции в управлении социально-экономическим развитием территорий: монография / под ред. Емельянова С.Г., Минаковой И.В. – Орёл: АПЛИТ. – 2010. – 464 с.

117. Тарасенко С.В., Карінцева О.І. Механізм впливу інфраструктурних факторів на процеси функціонування ринку екологічних товарів та послуг в Україні. Збірник наукових праць//Економіка: проблеми теорії і практики.- Випуск 262.- Т.8.- Дніпропетровськ: ДНУ, 2010. -с.-2011-2105.

118. Формування економіки знань, або Принципи організації майбутнього / Л. Мельник // Вісн. НАН України. — 2010. — № 6. — С. 19-28.

119. Шапочка Н., Каринцева А., Евдокимов А. Система эколого-экономической информации как средство управления социально-экономическим развитием // Экономика природопользования / Л. Хенс, Л.Г. Мельник, Э. Бун, Й. Кен, Й. Сейак и др. / Под ред. Л. Хенса, Л. Мельника, Э. Буна. - К.: Наукова думка, 1998. - С. 320-325.

120. Chygryn O., Karintseva O., Kozlova D., Kovaleva A. HR Management in the Digital Age: the Main Trends Assessment and Stakeholders // Механізм регулювання економіки, 2019, № 2. С. 106-115.

121. Hens L., Karintseva O., Kharchenko M., & Matsenko O. The States Structural Policy Innovations Influenced by the Ecological Transformations. Marketing and Management of Innovations, #3, P. 290-301. <http://doi.org/10.21272/mmi.2018.3-26>

122. Karintseva O.I. Economic restructuring in Ukraine in view of destructive effect of enterprises on environment. International Journal of Ecological Economics & Statistics #38 (4), 2017. P. 1-11

123. Karintseva O.I., Shkarupa O.V., Shkarupa I.S. Innovation potential of ecological modernization for green growth of economics: a case study. International Journal of Ecology and Development 31 (1), 2016. P. 73-82 <http://www.ceser.in/ceserp/index.php/ijed/article/view/4044> (SCOPUS) (8 цит.)

124. Li Rui, Sineviciene L., Melnyk L., Kubatko O., Karintseva O., Lyulyov O. Economic and environmental convergence of transformation economy: The case of China // *Problems and Perspectives in Management* Volume 17 2019, Issue #3, pp. 233-241 [http://dx.doi.org/10.21511/ppm.17\(3\).2019.19](http://dx.doi.org/10.21511/ppm.17(3).2019.19)

125. Melnyk L., Dehtyarova I., Kubatko O., Karintseva O., Derykolenko A. (Disruptive technologies for the transition of digital economies towards sustainability. *Economic Annals-XXI*, 2019, 179(9-10), 22-30. doi: <https://doi.org/10.21003/ea.V179-02>

126. Melnyk L., Kubatko O., Dehtiarova I. Sustainable development strategies in conditions of the 4th Industrial revolution: the EU experience // River Publishers, 2019

127. Viktor V. Sabadash, Peter J. Stauvermann & Ruslana O. Peleshchenko. Competitiveness of Ukrainian Companies in Foreign Markets: New Challenges and Opportunities. *Механізм регулювання економіки*, 2019. № 1. С. 79–89. <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/74278>.

128. Viktor V. Sabadash & Tetyana V. Marchenko. Lenovo's Global Competition Strategy: the Driving Forces of Leadership. *Механізм регулювання економіки*, 2017. № 1. С. 60–70. <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/66472>.

129. Сабадаш В. В., Люльов О. В. Науково-методичні підходи до розроблення варіантів ефективної стратегії розвитку підприємства. *Економічне обґрунтування реінжинірингу бізнес-процесів виробничих підприємств* : монографія. Суми : ВВП «Мрія-1», 2010. С. 392–412. <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/27558>.

130. Сабадаш В. В., Червяцова О. В. Організація оплати праці на підприємствах: проблеми в умовах обмеженості ресурсів. *Механізм регулювання економіки*, 2015. №3. С. 6–14. <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/46503>.

131. Сабадаш В. В., Сабадаш О. О. Енергетична безпека України: можливості подолання конфліктних тенденцій. *Механізм регулювання*

економіки, 2010. №3. Т. 1. С. 204–210.
<http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/3581>.

132. Сабадаш В. В. Дослідження впливу енергоресурсних чинників на економічну безпеку. *Механізм регулювання економіки*, 2009. №2. С. 11–18.
<http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/3360>.

133. Сабадаш В. В. Енергетична безпека України: конфліктність геополітичного вибору. *Механізм регулювання економіки*, 2011. № 2. С. 52–59.
<https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/24474/1/Sabadash.pdf>.

134. Сабадаш В. В. Енергетично-ресурсна безпека України: загрози виникнення еколого-економічних конфліктів. *Вісник Сумського державного університету. Серія «Економіка»*, 2009. № 2. С. 70–77.
<https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/525/1/002svveek.pdf>.

135. Сабадаш В. В., Давиденко І. В., Бабій Т. В. Конкуренція за ресурси й економічні конфлікти у глобальному бізнес-середовищі: рушійні сили, безпека, інституційно-ресурсний концепт врегулювання. *Механізм регулювання економіки*, 2017. № 4. С. 128–147.
<http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/68716>.

136. Sabadash V. and Denysenko P. Economic and social dimensions of ecological conflicts: root causes, risks, prevention and mitigation measures. *Int. J. of Environmental Technology and Management*, 2018, Vol. 21, Nos. 5/6, 273–288.
<https://doi.org/10.1504/IJETM.2018.100579>.

137. Сабадаш В. В. Социально-экономическое измерение экологических конфликтов в достижении устойчивого развития. *Социально-экономический потенциал устойчивого развития: учебн. / под ред. проф. Л.Г. Мельника (Украина) и проф. Л. Хенса (Бельгия)*. Сумы : ИТД «Университетская книга», 2007. С. 963–982.

138. Сабадаш В. В. Соціально-економічні виміри екологічного конфлікту. *Механізм регулювання економіки*, 2006. №2. С. 190–201.
<http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/3634>

139. Сабадаш В. В. Економіко-організаційні й інституційні чинники екологічного конфлікту, як ресурсні обмеження економічного зростання. *Механізм регулювання економіки*, 2012. № 3. С. 32–37.

https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/34225/1/V_V_Sabadash_Economic_organizational_and_institutional_factors_of_ecological_conflict_as_resource_constraints_of_economic.pdf

140. Sabadash V. Social and economic evaluation of ecological conflicts in achieving sustainable development. *Social and economic potential of sustainable development*: підручн. / Edited by L. Hens and L. Melnyk. Sumy : “University Book”, 2008. Pp. 290–294.

141. Сабадаш В. В. Экологический фактор в эффективной экономике: неконфликтные модели управления природным капиталом. «Устойчивое развитие в неустойчивом мире», международная науч. конф. (2014; Челябинск). Международная междисциплинарная научная конференция «Устойчивое развитие в неустойчивом мире», 26-28 июня 2014 года [Текст]: [труды] / Под ред. д.э.н., проф. В.И. Бархатова и к.э.н., доцента Д.А. Плетнёва. Москва: Издательство «Перо», 2014. – С. 180–185.

142. Сабадаш В. В., Петровська С. А. Науково-методичні підходи до прийняття неконфліктних екоорієнтованих інвестиційних рішень. *Актуальні проблеми економіки*, №5(155). 2014. С. 271–279.

<https://search.proquest.com/openview/87942db9ac75df9d66d8b81c19ed7f39/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2035679>.

143. Сабадаш В. В., Петровська С. А. Оцінювання інвестиційної привабливості території з урахуванням еколого-економічних інтересів суб'єктів господарювання. *Механізм регулювання економіки*, 2013. № 3. С. 21–29.

https://mer.fem.sumdu.edu.ua/content/articles/issue_18/VIKTOR_V_SABADASH_SVITLANA_A_PETROVS_KAEvaluation_of_Investment_Attractiveness_Considering_Environmental_and_Economic_Int.pdf

144. Сабадаш В. В., Гонтар Д. А. Ринки злиттів і поглинань: стан, проблеми функціонування і тенденції розвитку. *Механізм регулювання економіки*, 2015. № 4. С. 127–138. [https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/46796/1/Sabadash_Hontar.pdf;jsessionid=F2908841A14ADF0B6891C139C41CCF73](https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/download/123456789/46796/1/Sabadash_Hontar.pdf;jsessionid=F2908841A14ADF0B6891C139C41CCF73).

145. Сабадаш В. В. Организационно-экономический инструментарий обеспечения устойчивой динамики развития национальной экономики: риск-факторы и ресурсные возможности. *Сталий розвиток – XXI століття: управління, технології, моделі* : колективна монографія [Аверкина М. Ф., Андреева Н. М., Балджи М. Д., Веклич О. О. та ін.] / НАН України, ДУ «Інститут економіки природокористування та сталого розвитку НАН України»; НТТУ «Київський політехнічний інститут»; Вища економіко-гуманітарна школа; Міжнародна асоціація сталого розвитку / за наук. ред. проф. Хлобистова Є. В. – Черкаси : видавець Чабаненко Ю. А., 2014. – С. 264–274.

146. Сабадаш В. В., Казбан А. Ю. Орієнтири національної митної політики в умовах торгово-економічної інтеграції. *Механізм регулювання економіки*, 2014. № 2. С. 123–133. https://mer.fem.sumdu.edu.ua/content/articles/issue_21/VIKTOR_V_SABADASH_ARTEM_YU_KAZBANLandmarks_National_Customs_Policy_in_Terms_of_Trade_and_Economic_Integration.pdf

147. Сабадаш В. В., Малюга М. С. Дослідження конфліктного потенціалу тіньової економіки. *Механізм регулювання економіки*, 2015. № 3. С. 78–86. [https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/46511/1/Sabadash_Maliuha.pdf](https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/download/123456789/46511/1/Sabadash_Maliuha.pdf).

ДОДАТКИ

Додаток А

Баланс ТОВ «АВІС-Україна»

Баланс (Звіт про фінансовий стан) на 31 грудня 2019 р.

Форма №1 Код за ДКУД: 1301001

Актив	Код рядка	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	17	9
первісна вартість	1001	79	82
накопичена амортизація	1002	(62)	(73)
Незавершені капітальні інвестиції	1005	10 899	888
Основні засоби	1010	28 404	45 102
первісна вартість	1011	43 171	67 321
знос	1012	(14 767)	(22 219)
Інвестиційна нерухомість	1015	-	-
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	-	-
інші фінансові інвестиції	1035	-	-
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	-	-
Відстрочені податкові активи	1045	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-
Усього за розділом I	1095	39 320	45 999
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	11 382	42 191
Виробничі запаси	1101	6 294	35 208
Незавершене виробництво	1102	2 401	2 725
Готова продукція	1103	2 687	4 258
Поточні біологічні активи	1110	19 363	17 970
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	7 833	11 809
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	5 535	10 481
з бюджетом	1135	1 254	3 740
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	358	371
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	5 457	1 793
Готівка	1166	59	26
Рахунки в банках	1167	5 398	1 767
Витрати майбутніх періодів	1170	-	-
Інші оборотні активи	1190	136	49
Усього за розділом II	1195	51 318	88 464
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-
Баланс	1300	90 638	134 403

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	10	10
Капітал у дооцінках	1405	-	-
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	2	2
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	20 771	53 244
Неоплачений капітал	1425	-	-
Вилучений капітал	1430	-	-
Усього за розділом I	1495	20 783	53 256
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	-	-
Довгострокові кредити банків	1510	-	-
Інші довгострокові зобов'язання	1515	-	-
Довгострокові забезпечення	1520	-	-
Цільове фінансування	1525	-	-
Усього за розділом II	1595	-	-
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	32 750	20 000
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	9 881	2 012
розрахунками з бюджетом	1620	17	43
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	-
розрахунками зі страхування	1625	75	139
розрахунками з оплати праці	1630	212	328
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635	51	52
Поточні забезпечення	1660	-	-
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	26 869	58 573
Усього за розділом III	1695	69 855	81 147
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-
Баланс	1900	90 638	134 403

Керівник

Тимошенко О.А.

Головний бухгалтер

Алексенко Т.О.

1. Визначено в порядку встановленому центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері статистики.



Додаток Б

Звіт про фінансові результати ТОВ «АВІС-Україна»

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)

за 2019 р.

Форма №2 Код за ДКУД 1801003

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	170 485	121 997
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(132 683)	(85 750)
Валовий :			
прибуток	2090	37 802	36 247
збиток	2095	-	-
Інші операційні доходи	2120	49 726	45 488
Адміністративні витрати	2130	(3 746)	(2 507)
Витрати на збут	2150	(20 377)	(13 146)
Інші операційні витрати	2180	(24 832)	(8 317)
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	38 573	57 765
збиток	2195	-	-
Доход від участі в капіталі	2200	-	-
Інші фінансові доходи	2220	259	423
Інші доходи	2240	-	-
Фінансові витрати	2250	(6 337)	(9 747)
Втрати від участі в капіталі	2255	-	-
Інші витрати	2270	(22)	(151)
Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	32 473	48 290
збиток	2295	-	-
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-	-
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	-	-
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	32 473	48 290
збиток	2355	-	-

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Найменування показника	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	-	-
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	-	-
Накопичені курсові різниці	2410	-	-
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	-	-
Інший сукупний дохід	2445	-	-
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	-	-
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	-	-
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	-	-
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	32 473	48 290

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Найменування показника	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	148 650	98 268
Витрати на оплату праці	2505	8 208	5 220
Відрахування на соціальні заходи	2510	3 049	1 936
Амортизація	2515	7 510	5 269
Інші операційні витрати	2520	7 190	3 878
Разом	2550	174 607	114 571

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	-	-
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	-	-
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	-	-
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	-	-
Дивіденди на одну просту акцію	2650	-	-

Керівник

Головний бухгалтер



Тимошенко О.А.

Алексенко Т.О.