

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМ. ДМИТРА МОТОРНОГО
Факультет економіки та бізнесу

Кафедра менеджменту

БОЛТЯНСЬКИЙ ОЛЕКСАНДР БОРИСОВИЧ

Управління збутовою діяльністю підприємства

Спеціальність: 073 - менеджмент

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня «магістр»

Керівник: д.е.н., професор Світлана НЕСТЕРЕНКО

Здобувач вищої освіти: Олександр БОЛТЯНСЬКИЙ

Мелітополь –2021

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені ДМИТРА МОТОРНОГО**

Факультет економіки та бізнесу

Кафедра менеджменту

(назва кафедри)

Освітньо-професійна програма «Менеджмент»

Галузь знань 07 Управління та адміністрування

Спеціальність 073 Менеджмент

Спеціалізація (за наявності) _____

ПОГОДЖЕНО

Керівник проектної групи (гарант)
освітньо-професійної програми

С.А. НЕСТЕРЕНКО

(підпис) (ініціали та прізвище)

« _____ » _____ 202__ р.

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

С.А. НЕСТЕРЕНКО

(підпис) (ініціали та прізвище)

« _____ » _____ 202__ р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА

на тему: **«Управління збутовою діяльністю підприємства»**

Здобувач вищої освіти: _____
(підпис)

О.Б. БОЛТЯНСЬКИЙ
(ПІБ здобувача)

Науковий керівник: _____
(підпис)

д.е.н., професор С.А. НЕСТЕРЕНКО
(учене звання, науковий ступінь, ПІБ)

Мелітополь, 2021 р.

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

імені ДМИТРА МОТОРНОГО

Факультет економіки та бізнесу

Кафедра менеджменту

(назва кафедри)

Освітньо-професійна програма «Менеджмент»

Галузь знань 07 Управління та адміністрування

Спеціальність 073 Менеджмент

Спеціалізація (за наявності) _____

ПОГОДЖЕНО:

Керівник проектної групи (гарант)
освітньо-професійної програми

С.А. НЕСТЕРЕНКО

(підпис) (ініціали та прізвище)

«_____» _____ 202__ р.

ЗАТВЕРДЖУЮ:

Завідувач кафедри

С.А. НЕСТЕРЕНКО

(підпис) (ініціали та прізвище)

«_____» _____ 202__ р.

ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ

на підготовку кваліфікаційної магістерської роботи
здобувача вищої освіти

БОЛТЯНСЬКОГО ОЛЕКСАНДРА БОРИСОВИЧА

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема кваліфікаційної магістерської роботи: «Управління збутовою діяльністю підприємства»

науковий керівник роботи Нестеренко Світлана Анатоліївна, д. е. н., професор
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом ректора університету від «21» жовтня 2020 р. №1479-С

2. Строк подання кваліфікаційної магістерської роботи 12.02.21 р.

3. Вихідні дані до кваліфікаційної магістерської роботи: закони, статистичні дані, звітна документація підприємств

4. Зміст кваліфікаційної магістерської роботи (перелік питань, які потрібно розробити):

1. Опрацювати теоретико-методологічну базу за темою дослідження

2. Проаналізувати суб'єкт дослідження

3. Обґрунтувати пропозиції за обраною темою кваліфікаційної роботи

5. Перелік графічного матеріалу: схеми, діаграми, графіки, таблиці,

6. Дата видачі завдання «21» жовтня 2020 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів	Відмітка про виконання
	Затвердження плану роботи		
1	Виконання вступу	21.10.20 р. – 30.10.20 р.	
2	Виконання розділу 1	02.11.20 р. – 20.11.20 р.	
3	Виконання розділу 2	23.11.20 р. – 29.12.20 р.	
4	Виконання розділу 3	02.01.21 р. – 01.02.21 р.	
5	Формування висновків	02.02.21 р. – 05.02.21 р.	
6	Перевірка на плагіат	08.02.21 р. – 10.02.21 р.	
7	Попередній захист роботи на кафедрі	12.02.21 р.	

Здобувач вищої освіти

(підпис)

О.Б. БОЛТЯНСЬКИЙ

(ініціали та прізвище)

Керівник кваліфікаційної
магістерської роботи

(підпис)

С.А. НЕСТЕРЕНКО

(ініціали та прізвище)

**Рішення комісії про попередній захист кваліфікаційної роботи від
«__» _____ 20__ року**

Члени комісії:

1. НЕСТЕРЕНКО С.А., д.е.н., професор

(прізвище та ініціали, науковий ступінь, вчене звання, підпис)

2. НЕХАЙ В.В., д.е.н., доцент

(прізвище та ініціали, науковий ступінь, вчене звання, підпис)

3. СИНЯЄВА Л.В., д.е.н., проф

(прізвище та ініціали, науковий ступінь, вчене звання, підпис)

Допустити до захисту

Завідувач кафедри менеджменту

С.А. НЕСТЕРЕНКО

(підпис)

(ініціали та прізвище)

«__» _____ 2021р.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1	9
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ І ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА.....	
1.1. Сутність, принципи та функції управління збутовою діяльністю.....	10
1.2. Збутова та цінова політика та моделі управління збутовою діяльністю підприємства.....	17
1.3. Методичні засади управління збутовою діяльністю.....	28
РОЗДІЛ 2	37
ОЦІНКА РЕЗУЛЬТАТІВ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ТОВ «СПП ЛАНА».....	
2.1. Оцінка збутової діяльності підприємств регіону.....	37
2.2. Характеристика та аналіз ресурсного потенціалу підприємства.....	44
2.3. Стан виробничої та комерційної діяльності ТОВ «СПП ЛАНА».....	52
2.4. Оцінка ефективності збутової діяльності ТОВ «СПП ЛАНА».....	62
РОЗДІЛ 3	70
ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ТОВ «СПП ЛАНА».....	
3.1. Обґрунтування доцільності створення маркетингово-збутового відділу в ТОВ «СПП ЛАНА».....	70
3.2 Вдосконалення механізму формування ціни реалізації продукції.....	79
3.3. Перспективні форми інтеграції в удосконаленні збутової діяльності.....	94
ВИСНОВКИ.....	103
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	112

ВСТУП

Актуальність теми. Основним завданням підприємства в сучасних умовах господарювання для забезпечення ефективності збутової діяльності є формування конкурентоспроможної організаційної структури. Ця структура розглядається як елемент системи управління збутовою діяльністю. Збутова система на підприємстві повинна відповідати принципам:

- забезпечення оптимального поєднання та ефективного використання усіх видів економічних ресурсів для отримання фінансових результатів від виробничо-збутової діяльності;
- процес організації повинен координувати та контролювати збутову діяльність.

Збут - це діяльність по забезпеченню реалізації продукції, функціями якої є інформаційне забезпечення про ситуацію на ринку, проведення маркетингових досліджень і складання прогнозів збуту; підписання договорів на постачання продукції; вибір форм і методів збуту; організування системи розподілу; створення маркетингової комунікації та організування правового забезпечення; організування сервісного та після продажного обслуговування.

Сьогодні вітчизняні підприємства значну увагу приділяють проблемам оптимізації процесу товаропросування від виробника до споживача. Результативність їх діяльності залежать від того, наскільки вірно обрані канали розподілу товарів, форми і методи їхнього збуту, від широти асортименту і якості наданих підприємством послуг, пов'язаних із реалізацією продукції. Варто зазначити, що окремі проблемні аспекти управління збутовою діяльністю підприємств досліджували як іноземні, так і вітчизняні науковці: Л. Балабанова, Г. Болт, С. Гаркавенко А. Дейян, Д. Джоббер, Дж. Ланкастер, Ф. Котлер, В. Наумов, І.С. Земляков, О.Л. Каніщенко, Р. Ланкар, А.Ф. Павленко, Т.О. Примак, І.Б. Рижий, С.В. Скібінський, Т.М. Циганкова та ін. У вітчизняній економічній літературі проблеми вдосконалення збутової діяльності через забезпечення цільової орієнтації підприємств недостатньо висвітлені, а

зарубіжний досвід потребує ґрунтовної адаптації до сучасних умов господарювання в Україні.

Метою кваліфікаційної магістерської роботи є теоретичне узагальнення існуючих методичних підходів до процесу удосконалення управління збутовою діяльністю підприємства та обґрунтування авторського бачення вирішення названої проблеми.

Для досягнення мети в кваліфікаційній роботі були визначені наступні **завдання:**

1. розкриття сутності, принципів та політики управління збутовою діяльністю, її методичних засад;
2. здійснити дослідження сучасних тенденцій збутової діяльності в регіоні;
3. оцінити результати управління збутовою діяльністю підприємства;
4. відповідно до результатів дослідження, розробити практичні рекомендації щодо удосконалення механізму управління збутовою діяльністю на підприємстві.

Об'єктом дослідження кваліфікаційної магістерської роботи є система управління збутовою діяльністю підприємства.

Предметом дослідження кваліфікаційної роботи є елементи, особливості та механізм управління збутовою діяльністю підприємства.

Методи дослідження. При проведенні дослідження були використані сучасні загальнонаукові та спеціальні методи економічних досліджень, зокрема системний підхід – при вивченні інтегральних показників системи управління збутовою діяльністю підприємства; статистичний аналіз – при визначенні динаміки, структури та результативності розвитку аналізованого підприємства; діалектичний та абстрактно-логічний – при проведенні теоретичних узагальнень, формування висновків. Графічні методи – при дослідженні зв'язків, які виявляють тенденцію та визначають закономірності у забезпеченні збутової діяльності підприємства.

Наукова новизна дослідження:

- *набули подальшого розвитку* теоретичні та методичні засади управління

збутовою діяльністю підприємств;

- *набули подальшого розвитку* підходи щодо дослідження тенденцій результатів збутової діяльності підприємств регіону;

- *удосконалено* організаційну структуру управління підприємством через впровадження маркетингово-збутового відділу;

- *удосконалено* методичні засади механізму ціноутворення продукції як елемент управління збутовою діяльністю;

- *удосконалено* методи та способи збутової діяльності підприємства через інтеграцію інтересів товаровиробників.

Практична значущість роботи полягає у доступному викладенні методичних принципів вдосконалення управління збутовою діяльністю та демонстрації їх на прикладі конкретного підприємства. Положення кваліфікаційної роботи доведено до рівня методичних розробок і практичних рекомендацій, що можуть бути використані в управлінні підприємством.

Інформаційне забезпечення. Джерелами інформації виступають: статистичні довідники, нормативно-правові акти, літературні джерела за проблематикою, річна статистична звітність ТОВ «СПП ЛАНА» періоду 2015-2019рр.

Апробація результатів. Основні результати кваліфікаційної роботи оприлюднені на 3 наукових конференціях ([25,26,27] у наведеному в переліку списку праць):

1. Болтянський О.Б. Макроекономічні фактори збутової діяльності підприємств// Матеріали II науково-практичної конференції «Прагматизм у підготовці майбутніх підприємців» м. Мелітополь, 15 червня 2020 року. - Мелітополь: ТДАТУ ім. Дмитра Моторного, 2020. С.171-176

2. Болтянський О.Б. Організація та ефективність збуту продукції// Факультет економіки та бізнесу: всеукраїнська науково-технічна конференція, збірник тез доповідей. м. Мелітополь, 09-18 листопада 2020 року. – Мелітополь: ТДАТУ імені Дмитра Моторного, 2020. С. 88-89

3. Болтянський О, Нестеренко С. Управління збутовою діяльністю підприємства // Матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції «Сталий розвиток аграрної сфери: інженерно-економічне забезпечення». Тернопіль: ФОП Паляниця В. А., 2020. С. 52-55.

Кваліфікаційна робота складається зі вступу, основної частини, висновків та списку використаних 89 джерел, вміщує 24 таблиці та 19 рисунків, представлена на 117 сторінках.

ВИСНОВКИ

Сьогодні вітчизняні підприємства значну увагу приділяють проблемам оптимізації процесу товаропросування від виробника до споживача. Результативність їх діяльності залежать від того, наскільки вірно обрані канали розподілу товарів, форми і методи їхнього збуту, від широти асортименту і якості наданих підприємством послуг, пов'язаних із реалізацією продукції.

Понад 93 % обсягів реалізації продукції та послуг в регіоні формують три сектори економіки – промисловість, торгівля та сільське господарство. Запорізька область входить в п'ятірку областей України, економіка яких має найвищий рівень індустріалізації (більше 60 %). Основна частина продовольчих ресурсів та майже три чверті роздрібного товарообігу формується господарствами агропромислового комплексу Запорізької області. Це має визначальний вплив на забезпечення продовольчої безпеки як регіону, так і держави в цілому.

Історично склалось, що в структурі продукції сільського господарства за категоріями виробників найбільшу частку займає продукція рослинництва, її частка коливається за роками в межах 85-92%. Слід зазначити, що за останні роки намітилась негативна тенденція щодо планомірного скорочення тваринницької галузі на підприємствах регіону. В 2019 році частка продукції, що вироблялась в даній галузі скоротилась в структурі виробництва до 7,5% проти 16,2% в 2015 році та 19,7% в 2010 році.

Проведені дослідження надають змогу стверджувати, що не зважаючи на темпи зростання валового виробництва продукції галузей рослинництва та тваринництва, рівень рентабельності виробництва має тенденцію до зменшення порівняно з попередніми періодами. Товаровиробники стверджують, що основними чинниками, такого становища є високі ціни на матеріальні ресурси, оновлення матеріально-технічної бази, що відповідно відображається на зростанні виробничих витрат. При цьому, ринкові ціни іноді покривають витрачені ресурси на виробництво.

Протягом аналізованого періоду спостерігається тенденція зростання цін порівняно до попереднього року. Слід зауважити, що це спостерігається за всіма видами продукції без винятку. Проте, навіть така тенденція не впливає на покращення результатів діяльності підприємств, оскільки темпи зростання витрат перевищують темпи зростання цін реалізація продукції. Одним з шляхів виходу з даної ситуації може стати покращення процесу управління збутової діяльності на підприємствах.

Предметом діяльності ТОВ «СПП ЛАНА» є діяльність пов'язана з виробництвом продукції рослинництва, садівництва, рибальства, крім того на підприємстві здійснюють послуги міжнародного автоперевезення та товарного виробництва.

Аналіз результатів досліджень показників розміру підприємства свідчить, що вартість валової продукції в постійних цінах 2010 р. порівняно з 2015 роком скоротилась на 0,8%, що складає 100,32 тис. грн., при цьому вартість товарної продукції на підприємстві зростає на 31%. Аналіз показників забезпеченості та ефективності використання наявних ресурсів підприємства свідчить, що товариство забезпечено основними виробничими фондами, трудовими ресурсами проте ефективність їх використання останнім часом погіршується. В структурі посівних площ найбільшу питому вагу серед культур займали площі під зерновими та зернобобовими культурами, їх частка становила біля 70%. Друге місце займали посіви під соняшником – 22,8% та біля 8% - плодів насадження. Протягом аналізованого періоду спостерігається зростання загальної площі посіву на 10,4%.

Аналіз показників виробничої діяльності свідчить, що протягом аналізованого періоду спостерігається зростання валового виробництва зернових та зернобобових культур на 20,1%. Чинником тому стало значне зростання виробництва озимого та ярого ячменю. Одночасно на підприємстві зменшується виробництво озимої пшениці на 14,2% та проса – на 963 ц, або 56,7%. Динаміка валової продукції мала вплив на зміну обсягу проданої продукції протягом аналізованого періоду. Проте, слід зауважити, на

підприємстві існує великі потужності для зберігання сільськогосподарської продукції. Наявність даних ресурсів дозволяє здійснювати реалізацію протягом всього року, в найбільш вигідний за ціновою політикою період. За тими культурами, що не підлягають зберіганню, тенденція зміни показника збуту - аналогічна даних по виробництву.

Результати наведених досліджень свідчать, що протягом аналізованого періоду спостерігається зменшення виручки від реалізації на підприємстві (більше 20 млн.грн). Чинником тому стало скорочення виробництва валової продукції та стрімке зменшення вартості наданих підприємству послуг іншим суб'єктам, що було основним джерелом надходжень підприємства в 2015-2016рр. За даною складовою зменшення виручки склало 28,5 млн. грн. Тому це спричинило зміну спеціалізації підприємства напрямок – «виробництво та реалізація продукції рослинництва». Повна переорієнтація в структурі товарної продукції вплинула на результативність виробництва. . Одночасно, на результати збутової діяльності та об'єктом управління збутової діяльністю є динаміка цін та політика ціноутворення на підприємстві.

Аналіз тенденції зміни цін продажу продукції, пріоритетної для підприємства, свідчить, що протягом періоду що досліджується спостерігається стрибкоподібна динаміка цін. Так, наприклад, ціна продажу пшениці в продовж до 2018 року динамічно зростала, а в звітному році порівно з попереднім скоротилась на 32,9%, але зросла порівняно з 2015 роком на 34,9%. По продажу ячменя - ситуація аналогічна динаміці цін по пшениці.

Соняшник є найдорожчою культурою , ціна продажу зростала протягом перших 4 років з 713,9 грн./ц до 855 грн./ц, проте в 2019 році скоротилась до 669,3 грн./ц.

Від раціонального формування виробничої собівартості, вірного розподілу комерційних витрат залежить мінімальний рівень ціни, з яким підприємство може вийти на ринок. Аналіз даних виробничої та повної собівартості 1 ц продукції свідчить, що протягом аналізованого періоду прослідковується стійка тенденція до зростання витрат на виробництво

продукції. Це пояснюється щорічним зростанням цін на придбання матеріальних ресурсів, тарифи на джерела енергії, які використовуються на підприємстві, зростанням мінімальної заробітної плати. Так, наприклад, виробнича собівартість пшениці за цей час зросла на 88,1%, або 152,1 грн. в розрахунку на 1ц, ячменя – на 48,5%, соняшника – більш ніж в 2 рази, плодкових культур – майже в 3,5 рази. Також, за темпами росту спостерігається і зростання повної собівартості 1 ц реалізованої продукції: соняшника – на 550,6 грн./ц, плодкових культур – на 559,8 грн./ц, пшениці – на 56,2%.

Отже, за результатами досліджень тенденцій рівня комерційних витрат, можна стверджувати, що на підприємстві відсутня чітка політика формування витрат на реалізацію. Значення витрат достатньо різняться протягом аналізованого періоду, що може негативно зазначатись на результативності реалізації.

Аналіз результативності реалізації основної продукції на підприємств свідчить, що рівень прибутку, отриманий в розрахунку на 1 ц достатньо низький. Протягом аналізованого періоду спостерігається не стабільна тенденція прибутковості по пшениці та ячменю. Так наприклад зменшення прибутку по реалізації пшениці в звітному році становило 77,3% порівняно з 2015 роком, проте відповідно до попереднього року – скорочення склало більше 200грн. /ц. По продажу ячменя відбувається зростання прибутку на 47,9% порівняно до звітного року та одночасно зменшення на 155,9 грн./ц. до попереднього. Слід зазначити, що виробництво та збут соняшнику та всіх видів плодкових культур на підприємстві є збитковим. По соняшнику рівень збитковості спостерігається в останні два роки, а по плодovým – протягом майже всього періоду. Проведений факторний аналіз впливу на рівень прибутку в розрахунку на 1 га площі дає можливість стверджувати, що основним фактором зменшення прибутку стало зростання повної собівартості реалізованої продукції та зменшення товарної урожайності.

Аналіз фінансових результатів діяльності підприємства в період з 2015 по 2019 рр. свідчить, що впродовж цього часу розмір виручки від реалізації

збільшився на 22,8%, проте собівартість реалізованої продукції зросла на 58,6%. Перевищення темпів росту цих показників мало вплив на зменшення валового прибутку на 3518 тис. грн. що становить 28,2% та відповідно катастрофічного зменшення чистого прибутку майже на 10 млн. грн. Слід зазначити, що за цей час витрати на збутову діяльність підприємства зросли лише на 162 тис. грн. Частка витрат на збут у сукупних витратах, пов'язаних з операційною діяльністю, є незначною. Протягом аналізованого періоду її розмір в навіть зменшився на 0,9%. Окупність витрат на збут через виручку від реалізації продукції становить 35,4 грн. на 1 грн. витрат на збут, що на 3,8 більше від звітного року та на 10,1 грн. порівняно з попереднім. Окупність витрат на збут фінансовим результатом від операційної діяльності має тенденцію до значного скорочення, так в 2015 році значення склало 14,57 грн. на 1 грн. витрат на збут, а впродовж до 2019 року скоротилась до значення 5,03. Це свідчить про погіршення збутової діяльності підприємства.

Рівень збутової діяльності на підприємстві є досить низьким. Підтвердженням тому є скорочення рентабельності реалізованої продукції з 41,2% до 24,1% відповідно за період. Рентабельність основної діяльності скоротилась на 38,4%, рентабельність операційної діяльності – на 43,8%. при одночасному зростанні вартості активів підприємства та скороченню фінансового результату від операційної діяльності спостерігається зниження рентабельності активів з рівня 32,4% до 5,7%.

Аналіз результатів управління збутовою діяльністю ТОВ «СПП ЛАНА» свідчить, що в теперішній час на підприємстві необхідно переглянути процес управління збутовою діяльністю, заподіяти сучасні заходи щодо покращення результатів комерційної діяльності.

Відповідно до проведених досліджень нами були запропоновані напрями удосконалення управління збутовою діяльністю, а саме:

- Для покращення управління збутовою діяльністю підприємства пропонується впровадити в організаційну структуру підприємства маркетингово-збутовий відділ. Дана служба повинна постійно слідкувати за

змінами продаж та величиною прибутку, виявляти причини, що проявились для своєчасного встановити межі фаз і очікування тенденцій на ринку й внести відносні корективи в маркетингову програму підприємства на перспективу. Напрямок діяльності даної служби буде пошук каналів реалізації з наступним вкладенням договорів щодо реалізації продукції за прийнятними цінам. Спеціалісти маркетингово-збутового відділу повинні задовольняти загальним вимогам, які висуваються спеціалістам управління. Планується залучити трьох працівників маркетингово-збутового відділу - керівник відділу одночасно і фахівець з реклами та зв'язків з громадськістю; менеджер з продукції (продукт-менеджер); фахівець з маркетингового планування, інформаційного забезпечення маркетингової діяльності маркетингових досліджень. Проведене прогнозування методом аналітичного вирівнювання та визначені обсяги продажу на перспективу, надають підстави стверджувати, що враховуючи середні значення верхньої та нижньої меж обсягів збуту пшениці, ячменю, соняшнику та плодкових культур товариство може отримати додатково виручки від реалізації продукції на суму 28314 тис. грн. за цінами 2020 року. Відповідно, витрати на створення та утримання фахівців маркетингово-збутового відділу в обсязі 686,4 тис. грн. окупляться протягом року.

- Вдосконалення механізму ціноутворення здійснено за допомогою нормування витрат на виробництво основних видів продукції. Розрахунки суми виробничих витрат на за нормуванням показників становлять 7994,9 тис. грн. по озимій пшениці, 13583,4 тис. грн. – соняшнику та 28144,3 тис. грн. по яблуні. Планується розмір комерційних витрат на рівні 15% виробничої собівартості. Відповідно до цього проведені розрахунки повної собівартості виробленої продукції. Було розраховано три види ціни:

1. ціна підтримки, яка забезпечує еззбиткову діяльність та сплату обов'язкових бюджетних платежів забезпечує рівень прибутку у розмірі 10%.
2. Ціна пропозиції - розраховується з урахуванням норми прибутку (відношення прибутку до середньорічної вартості основних фондів та обігових засобів) на рівні не нижчим середньої величини по галузі - 25%.

3. Оптова ціна пропозиції при виході на ринок – встановлюється на рівні 35% до витрат.

Здійснено розрахунок показників рівня запасу безпеки та маси прибутку, що забезпечує відповідний рівень запасу безпеки, а також мінімальний рівень урожайності культур, реалізація яких дозволить досягти беззбиткового виробництва. Рівень запасу безпеки характеризує можливий відсоток зниження запланованої ціни до рівня нульової прибутковості, по озимій пшениці складає 25,9% при реалізації продукції за ціною пропозиції, по соняшнику - складає 22,8 %, яблукам – 25,9%. Розрахований мінімальний рівень урожайності при вже вкладених витратах, при якому господарство досягне беззбитковості виробництва, для озимої пшениці при урожайності 35,6 ц/га, а для соняшника – 25,9 ц/га, по яблукам – 99,6 ц/га. Вдосконалення механізму ціноутворення з врахуванням норми прибутку на авансований у виробництво капітал дозволить отримати товарної продукції озимої пшениці – 24960 ц, соняшника – 22344 ц., яблук – 21504 ц. Реалізація даних культур за ціною пропозиції дозволить отримати виручки від реалізації по пшениці в розмірі 11915,6 тис. грн., соняшнику - 20620,5 тис. грн. та 10296,4 тис. грн. по яблукам. Запланована сума комерційних витрат, що включена до повної собівартості, збільшення виручки від реалізації надасть можливість прибутково для господарства реалізувати продукцію. Відповідно досліджень рівень рентабельності по озимій пшениці складе 29,6%, по соняшнику – 32%, яблукам - 75%. Таким чином, запропоновані заходи щодо вдосконалення механізму ціноутворення продукції на основі нормування виробничих витрат є обґрунтованими та доцільними для впровадження задля удосконалення збутової діяльності на підприємстві

- Беручі до уваги, що ТОВ «СПП ЛАНА» спеціалізується на виробництві продукції садівництва нами пропонується заходи щодо удосконалення збутової діяльності через інтеграцію суб'єктів господарювання.

Доцільно організовувати такі форми інтеграції, які вміщують в собі зберігання плодової продукції з метою її реалізації в найбільш сприятливій

строки: в зимовий та весінній період, коли ціна найвища. Перспективною формою інтегрування малих підприємств господарювання з спеціалізованими господарствами, а також інтеграції різних організаційно-правових форм є асоціації або кластери товаровиробників плодової продукції та продукції її переробки. Основним завданням даного інтегрованого формування є скоординована їх діяльність з чітким дотриманням пропорційних обсягів виробництва та передачею своєї плодової продукції іншому згідно технологічного циклу. Членами асоціації можуть бути юридичні та фізичні суб'єкти виробничої, заготівельної, переробної та комерційної діяльності, які зацікавлені у співпраці з метою збільшення виробництва плодової продукції та продуктів її переробки, підвищення конкурентоспроможності кінцевого продукту споживання, розширення позицій на внутрішньому ринку і не тільки. При створенні асоціації чітко регламентуються усі сторін виробничо-фінансової діяльності, а особливо механізм розподілу кінцевого результату. Взаємовідносини між учасниками можна оформлювати через угоди про спільну діяльність. Для вирішення виробничих питань та прийняття рішень обирається Рада директорів. Розрахунки стосовно відносин між членами асоціації покладені на обліково-розрахунковий відділ. До функцій обліково-розрахункового центру входить облік поточних справ асоціації, статистичний облік надходження плодової продукції, її переробки і реалізації, проведення своєчасного розрахунку із сільськогосподарськими товаровиробниками, садівничими підприємствами, магазинами. Розрахунки між учасниками інтегрованого об'єднання здійснюються за етапами. Остаточний розрахунок відбувається наприкінці кожного кварталу та в кінці року. Для цього розрахунку підсумовується загальний обсяг виробленої та реалізованої продукції, виручка та прибуток від реалізації продукції. Потім визначається питома частка плодової сировини у загальній собівартості готової продукції, відповідно до цього частка участі сільськогосподарського товаровиробника у прибутку асоціації. Частка, що залишилась після остаточного розрахунку та вже виплаченим авансом розподіляється пропорційно обсягам зданої

продукції. За допомогою інтеграції крупні садівницькі господарства разом з різними організаційно-правовими формами спрямовують свою діяльність на одержання кінцевого результату.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Antonopoulos A. Mastering Bitcoin: Unlocking Digital Cryptocurrencies / Andreas M. Antonopoulos. – Sebastopol: O'Reilly Media Inc., 2015. – 266 p.
2. Barrdear J. The macroeconomics of central bank issued digital currencies [Electronic resource] J. Barrdear, M. Kumhof. Bank of England. 2016. Available at: <http://www.bankofengland.co.uk/research/Documents/workinpapers/2016/swp605.pdf>
3. Bitcoin and Cryptocurrency Technologies: A Comprehensive Introduction / A. Narayanan, J. Bonneau, E. Felten [та ін.]. Princeton and Oxford: Princeton University Press, 2016. – 292 с.
4. David L.C. Handbook of Digital Currency: Bitcoin, Innovation, Financial Instruments, and Bid Data / Lee Kuo Chuen David. – San Diego: Elsevier Inc., 2015. – 588 p.
5. Hrytsaienko M., Hrytsaienko H., Andrieieva L. and Boltianska L. The Role of Social Capital in Development of Agricultural Entrepreneurship. Modern Development Paths of Agricultural Production. 2019. pp. 427-440
6. Nakamoto S. Bitcoin: A peer-to-peer electronic cash system [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.bitcoin.org/bitcoin.pdf>
7. Аванесова Н. Е. Стратегічне управління підприємством та сучасним містом : теоретико-методичні засади : монографія / Н. Е. Аванесова, О. В. Марченко ; Харків. нац. ун-т буд-ва та архітектури. – Харків : Щедра садиба плюс, 2015. – 195 с.
8. Андреева О. Д. Технология бизнеса: Маркетинг : учеб. пособ. / О. Д. Андреева. — М. : Дело, 2001. — 224 с.
9. Ассэль Г. Маркетинг: принципы и стратегия : [учеб. для вузов] перевод с англ. М.З. Штернгарца. 2-е изд. М. : ИНФРА-М, 2008. 803 с.
10. Балабанова Л.В. Маркетинговый аудит системы сбыта: монография. Донецк: ДонГУЭТ им. М. Туган-Барановского, 2003. 189 с.
11. Балабанова Л.В. Управління збутовою політикою : навчальний посібник

- [Текст] / Л.В. Балабанова, П. Митрохіна. – К. : ЦУЛ, 2011. – 240 с., с. 72-98
12. Балабанова Л.В., Мітрохіна Ю.П. Стратегічне маркетингове управління збутом підприємств : [підручник] М. : Дон . ДУЕТ , 2009. 245 с.
 13. Батенко Л. П. Управління проектами : [навч. посібник] / Батенко Л. П., Афанасьєв М. В., Гонтарева І. В. – К. : КНЕУ, 2004. – 231 с.
 14. Бойчик І. М. Економіка підприємства : [навч. посіб.] К.: Атіка, 2004. 480 с.
 15. Болтянська Л.О. Аналіз факторів формування пропозиції плодової продукції на ринку / /Л.О.Болтянська //Збірник наукових праць ТДАТУ (економічні науки) / За ред. Л.В. Синяєвої.- Мелітополь 2016. - №3 (32). - С. 49- 56.
 16. Болтянська Л.О. Аналіз факторів формування пропозиції плодової продукції на ринку / /Л.О.Болтянська //Збірник наукових праць ТДАТУ (економічні науки) / За ред. Л.В. Синяєвої.- Мелітополь 2016. - №3 (32). - С. 49-56.- Режим доступу:<http://elar.tsatu.edu.ua/handle/123456789/6280>.
 17. Болтянська Л.О. Економіка підприємства. Навч. посібник. [навч. посіб. з грифом МОН] / Л.О. Болтянська, Л.О. Андрєєва, О.І. Лисак. – Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2015. – 668 с.
 18. Болтянська Л.О. Економічна оцінка типів насаджень та ефективність вирощування садів промислового типу /Л.О.Болтянська //Збірник наукових праць ТДАТУ (економічні науки) Мелітополь 2013.- с.21-23
 19. Болтянська Л.О. Кластер - сучасний формат взаємодії підприємців. Форум: Сучасні наукові дослідження на шляху до євроінтеграції <http://elar.tsatu.edu.ua/bitstream/123456789/8584/1/>
 20. Болтянська Л.О. Кооперація та інтеграція в садівництві / Л.О. Болтянська, Б.В. Болтянський / Збірник наукових праць: випуск 23/Подільський державний аграрно-технічний університет за редакцією доктора економічних наук, професора, Заслуженого працівника сільського господарства України, ректора університету В.В. Іванишина. - Кам'янець-Подільський: Подільський державний аграрно-технічний університет, 2015.-

с.158-166.

21. Болтянська Л.О. Організаційно-економічні основи формування та розвитку аграрного ринку / Л. О. Болтянська // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). - 2016. - № 2. - С. 33-37. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/znptdau_2016_2_7
22. Болтянська Л.О. Перспективна форма інтеграції в садівництві - Режим доступу: <http://elar.tsatu.edu.ua/bitstream/123456789/1705/1/884.pdf>
23. Болтянська Л.О. Формування ринкової ціни плодової продукції [Текст] / Л. О. Болтянська // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства / ХНТУСГ. - Харків, 2007. -Вип. 52: Економічні науки. - С. 85-90
24. Болтянська Л.О.Сучасні тенденції розвитку підприємництва в Україні / Андреева Л.О., Болтянська Л.О., Лисак Л.О. // ADVANCES OF SCIENCE: Proceedings of articles the international scientific conference. Czech Republic, Karlovy Vary – Ukraine, Kyiv, 28 September 2018;(P. 1343-1350)
25. Болтянський О.Б. Макроекономічні фактори збутової діяльності підприємств// Матеріали ІІ науково-практичної конференції «Прагматизм у підготовці майбутніх підприємців» м. Мелітополь, 15 червня 2020 року. - Мелітополь: ТДАТУ ім. Дмитра Моторного, 2020. С.171-176-
26. Болтянський О.Б. Організація та ефективність збуту продукції// Факультет економіки та бізнесу: всеукраїнська науково-технічна конференція, збірник тез доповідей. м. Мелітополь, 09-18 листопада 2020 року. – Мелітополь: ТДАТУ імені Дмитра Моторного, 2020. С. 88-89
27. Болтянський О, Нестеренко С. Управління збутовою діяльністю підприємства // Матеріали І Міжнародної науково-практичної конференції «Сталий розвиток аграрної сфери: інженерно-економічне забезпечення». Тернопіль: ФОП Паляниця В. А., 2020. С. 52-55.
28. Брєвнов А.А. Маркетинг малого підприємства. Київ: ВИРА-Р, 1998. С. 364.

29. Великий тлумачний словник сучасної української мови / Укл. і голов. ред. В.Т. Бусел. – К. :Ірпінь : ВТФ “Перун”, 2007. – 1736 с.
30. Види цінових стратегій. Промисловий маркетинг [Електронний ресурс] — Режим доступу https://stud.com.ua/84404/marketing/vidi_tsinovih_strategiy_pidpriyemstva
31. Винкельманн П. Маркетинг и сбыт. Основы ориентированного на рынок управления компанией : учеб. пособ. / П. Винкельманн ; пер. с нем. — М. : Изд. дом Гребенникова, 2006. — 668 с.
32. Гамалій В.Ф., Романчук С.А., Фабрика І.В. Сучасні проблеми збутової політики українських підприємств. Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки: зб. наук. пр. Кіровоград: КНТУ, 2012. Вип. 22, ч. 2. С. 10-13.
33. Гаркавенко С. С. Маркетинг. Підручник. Київ: Лібра, 2004. 712 с.
34. Геєць В. М. Проблеми управління інноваційним розвитком підприємств у транзитивній економіці : монографія / В. М. Геєць, В. П. Семиноженко / за заг. ред. д.е.н., проф. С. М. Ілляшенка. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2005. – 582 с.
35. Герасимчук В.Г. Маркетинг: теорія і практика: Навч. посіб. К.: Вища школа, 1994. 327 с.
36. Гнилянська Л. Й. Організація збутової діяльності підприємства [Електронний ресурс]/ Л. Й. Гнилянська, В. Я. Топоровський // Національний університет «Львівська політехніка». — 2014. — Режим доступу : <http://ena.lp.edu.ua>.
37. Головка В. І. Фінансово-економічна діяльність підприємства : контроль, аналіз та безпека. : навч. посіб. / В. І. Головка, А. В. Мінченко, В. М. Шарманська. – Київ : Центр навчальної літератури, 2006. – 448 с.
38. Горфинкель В.Я. Економіка підприємства: Підручник для вузів / Під ред. проф. В.Я. Горфинкеля, проф. В.А. Швандара.- 4-е вид., Перераб. і доп.- М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. - 670 с
39. Грицаєнко Г.І. Основи інвестиційної діяльності: навчальний посібник. /

Г.І. Грицаєнко – Мелітополь: Видавничий будинок Мелітопольської міської друкарні, 2014. – 224 с.

40. Гудзенко Н.М. Облік і контроль збуту в операційній діяльності сільськогосподарських підприємств: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: 08.06.04 – “Бухгалтерський облік, аналіз та аудит” / Н.М. Гудзенко ; ННЦ “ІАЕ” УААН. – Київ, 2006. – 25 с.

41. Дима О. О. Роздрібна торгівля в Україні: багатоканальність та додаткові послуги //Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2015. – №. 1. – С. 221-226.

42. Добрянська В.В. Сучасні моделі управління збутовою діяльністю підприємства. Науковий вісник Херсонського державного університету. Економічні науки. Вип.8.Частина5.2014 С.80-85

43. Загорняк. Н. Інвестиційна діяльність у харчовій промисловості в Україні. Економіка України.2003.№2. С. 44 - 48.

44. Запорізька область за 2019 рік. Статистичний щорічник. Запорізька служба статистики - С. 195

45. Збаразька Л. О. Управління проектами : [навч. посібник] / Л. О. Збаразька, В. С. Рижигов, І. Ю. Єрфорт, О. Ю. Єрфорт. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 168 с.

46. Іваночко Н.В. Методологічні основи управління збутовою діяльністю підприємств. Міжнародний науково-виробничий журнал «Сталий розвиток економіки». Економіка та управління підприємством. 2015. №3. С.116 -128

47. Інноваційний менеджмент [Електронний ресурс] Режим доступу: https://stud.com.ua/42433/menedzhment/innovatsiyniy_menedzhment

48. Кальченко А. Г. Логістика : підруч. / А. Г. Кальченко. — К. : КНЕУ, 2003. — 284 с.

49. Ковальська Л. Л., Речун О. Ю. Роздрібна торгівля: сутність, оцінка та напрями розвитку //Економічний форум. – 2016. – №. 2. – С. 61-67.

50. Козуб В.О., Уварова А.Є. Управління збутовою діяльністю підприємства на зовнішньому ринку. Науковий вісник Міжнародного університету.

2018.№5. С.18-23

51. Колыванов В. Ю. Организация снабженческо-сбытовой деятельности строительных предприятий: маркетинговый аспект [Электронный ресурс] / В. Ю. Колыванов, Т. В. Якубов, Б. И. Алиев. — Режим доступа : <http://www.rppe.ru/wp-content/uploads/2011/05/kolyvanov-v-y-yakubov-tv-aliev-bi.pdf>.

52. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер ; пер. с англ. — М. : Прогресс, 1990. — 657 с.

53. Котова М. В. Шляхи вибору оптимального каналу збуту / М. В Котова, Д. О. Лугунова // Труды Одес. политехн. ун-та. — Одеса, 2008. — Вип.1 (29). — С. 266–268. с. 266

54. Красномовець П.Г., Труснолобов В.К. Застосування модульних холодильників плодово-ягідному та виноградному господарстві //Економіка АПК.-1999.-№5.-С.62-65

55. Лисак О.І., Економіка підприємства: навчальний посібник / О.І. Лисак, Л.О. Андреева, Л.О.Болтянська .-Мелітополь: Люкс, 2020. – 272 с.

56. Ліпич Л. Г., Коцкій О. В. Маркетингові дослідження споживачів продовольчих товарів. Маркетинг в Україні. 2003. № 4. С.12-15.

57. Макаренко А.П. Специализация и кооперация мелкотоварного частного предпринимательства в агропромышленном производстве //Экономика АПК. - 2000. - №10. - С.26-32.

58. Макаренко П.М., Мельник Л.А., Карпенко А.М. Развитие интеграции в агропромышленном производстве как одно из направлений аграрной политики //Економіка АПК. - 2000. - №8. - С.52-58

59. Методика економічної та енергетичної оцінки типів плодоягідних насаджень, помологічних сортів і результатів технологічних досліджень у садівництві. - Науковий центр УААН "Плодівництво" Інститут садівництва УААН, 2002.

60. Мозгова Г. В., Морозов А. О., Фомін О. Д. Використання CRM- систем на українському ринку: особливості та перспективи. Проблеми системного

- підходу в економіці. 2017. Вип. 2. С. 89-94. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/PSPE_print_2017_2_17
61. Мокін Б.І. Методологія та організація наукових досліджень : навчальний посібник / Б.І. Мокін, О.Б. Мокін. – Вінниця : ВНТУ, 2014. – 180 с.
62. Мыльник В. В. Исследование систем управления / В. В. Мыльник, Б. П. Титаренко, В. А. Волочиенко. — [2-е изд., перераб и доп.]. — М. : Академический Проект, 2003. — 352 с.
63. Огерчук Ю. В. Організування збутової діяльності підприємств : автореф. дис.на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.06.01 «Економіка, організація і управління підприємствами». Львів, 2004. 20 с.
64. Організація маркетингової діяльності на підприємстві [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://library.if.ua/book/22/1705.html>
65. Організація маркетингової служби на підприємстві [Електронний ресурс] Режим доступу: https://web.posibnyky.vntu.edu.ua/fmib/17nebava_ekonomika_organizaciya_virobni_choyi_diyalnosti/152.htm
66. Організація торгівлі : [навч. посібник. для студ. вищ. уч. закл.] / [Апопій В.В., Міщук І.П., Ребицький В.М. та ін.] ред. В.В. Апопій; Львів . комерц. акад. Вид. 2-е , перероб . і доп. К. : Центр навчальної літератури, 2008. 632 с.
67. Основні методи прогнозування. Управління людськими ресурсами [Електронний ресурс] — Режим доступу https://pidru4niki.com/16400221/menedzhment/osnovni_metodi_prognozuvannya_k_lasifikatsiya_prognoziv
68. Офіційний веб-сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
69. Панкрухин А. Л. Маркетинг : учеб. /А. П. Панкрухин. — М.: Ин-т междунар. права и экономики им. А. С. Грибоедова, 1999. — 398 с.
70. Педченко Г. П. Статистика: Навчальний посібник / Г. П. Педченко. — Мелітополь: Колор Принт, 2018. — 266 с. — ISBN 978-966-2489-67-5.
71. Петрига О.М. Економіка аграрного підприємства: навчальний посібник /

- О.М. Петрига, Т.І. Яворська, Ю.О. Прус; за ред. О.М. Петриги, Т.І. Яворської. – Мелітополь: Видавничо-поліграфічний центр «Люкс», 2016. – 498 с.
72. Петруня Ю. Є. Маркетинг : навчальний посібник / Ю. Є. Петруня, В. Ю. Петруня. – 3-тє вид., переробл. і доповн. – Дніпропетровськ : Університет митної справи та фінансів, 2016. – 362 с; Режим доступу с. <http://212.1.86.13/jspui/bitstream>
73. Платонов В.Н. Организация торговли. Минск. 2002, 164 с.
74. Портер М. Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость. М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. 715с.
- Промисловий маркетинг: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Київ: Студцентр, 2002. С. 432.
75. Регіональна економіка: Навч. посібн. 1 вид. / Г.М. Завадських. – Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2015. – 556 с.
76. Слабинский С.В. Особенности сбыта промышленной продукции в современных условиях. Экономика, предпринимательство и право. 2011. Том 1. № 4. С. 21-26.
77. Спільник І.В. Загородна О.М. Аналіз виробничо-збутової діяльності у підвищенні конкурентоспроможності підприємства. Економічний аналіз: зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; ред. кол.: В.А. Дерій (голов. ред.) та ін. Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка» 2014. Вип. 17. С. 106-120.
78. Спільник, І. В. Аналіз ефективності збутової діяльності підприємства / І.В. Спільник, О.М. Загородна // Економічний аналіз : зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол.: В. А. Дерій (голов. ред.) та ін. – Тернопіль : Видавничо - поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2016. – Том 24. – № 2. – С. 130-140
79. Спільник, І. В. Економічний аналіз: навч.-метод. комплекс дисципліни

(для студентів економічних спеціальностей) / І. В. Спільник, О. М. Загородна. – Тернопіль: ТНЕУ, 2012. – 432 с., с. 104

80. Стратегія регіонального розвитку Запорізької області на період до 2027 року. - Режим доступу: <https://www.zoda.gov.ua/news/48277/strategiya-regionalnogo-rozvitku-na-period-do-2027-roku.html>

81. Тебенко В.М. Економіка та організація інноваційної діяльності: Навч. посібн. – 1 вид. / В.М. Тебенко / Вид-во: Видавничо-поліграфічний центр «Люкс». 2014. – 302 с.

82. Терент'єва В.В. Принципи та функції управління збутовою діяльністю. Вісник Запорізького національного університету. 2016. №1(29). С128-146

83. ТОВ «Вінницька птахофабрика» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.mhp.com.ua/uk/operations/op-vinnitskaja-ptitsefabrika-oao-mkhp>

84. Функції та критерії оцінки діяльності відділів маркетингу на підприємстві [Електронний ресурс] Режим доступу:<https://buklib.net/books/27924/>

85. Хрупович С.Є. Теоретичні аспекти побудови системи управління збутовою діяльністю на промисловому підприємстві [Текст] / С. Хрупович, Т. Борисова // Галицький економічний вісник. – 2006. – № 3. – С. 34-38.

86. Цінова політика. Промисловий маркетинг [Електронний ресурс] — Режим доступу https://pidru4niki.com/12590605/marketing/tsinova_politika

87. Шегда А.В. Економіка підприємства: Навч. посіб. / А.В. Шегда, Т.М. Литвиненко, М.П.Нахаба та ін.; За ред. А.В. Шегди. – 2-ге вид., стер. – К.: Знання-Прес, 2002. – 355 с.

88. Шпилик С. Управління збутовою діяльністю підприємства / С. Шпилик // Галицький економічний вісник. — 2012. — № 4(37). — С. 88—95.

89. Юрчук Н.П. CRM-системи: особливості функціонування та аналіз українського ринку. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2019. Вип. 23(2). С. 141-147.[Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2019_23%282%29_29