

Київський національний торговельно-економічний університет
Кафедра менеджменту

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«Управління комерційною діяльністю підприємства»
(за матеріалами ТОВ «ПРЕМІОРИ», Київська обл., м. Біла Церква)

Студентки 2 курсу 4м групи
спеціальності
073 «Менеджмент»
спеціалізації
«Управління бізнесом»

Пащенко
Ольги Павлівни

Науковий керівник:
кандидат економічних наук,
доцент

Хмурова
Вікторія Валентинівна

Гарант освітньої
програми:
доктор економічних наук,
професор

Федулова
Ірина Валентинівна

Київ 2021

Київський національний торговельно-економічний університет

Факультет економіки, менеджменту та психології
 Кафедра менеджменту
 Освітній ступінь «Магістр»
 Спеціальність 073 «Менеджмент»
 Спеціалізація «Управління бізнесом»

Затверджую

Зав. кафедри Бай С. І.

« » 20 р.

Завдання
на випускню кваліфікаційну роботу (проект) студентові
Пащенко Ользі Павлівні
(прізвище, ім'я, по батькові)

- 1) Тема випускної кваліфікаційної роботи (проекту)
УПРАВЛІННЯ КОМЕРЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА
 Затверджена наказом ректора від «29» грудня 2020 р. № 3983
2. Строк здачі студентом закінченого роботи (проекту) 1.11.2021
3. Цільова установка та вихідні дані до роботи (проекту)

Мета роботи (проекту) - вивчення особливостей управління комерційною діяльністю підприємства на основі діяльності ТОВ «ПРЕМІОРИ»

Об'єкт дослідження - процес оцінки особливостей управління комерційною діяльністю підприємства.

Предмет дослідження - теоретичні та методичні аспекти управління комерційною діяльністю підприємства.

4. Консультанти по роботі (проекту) із зазначенням розділів, за якими здійснюється консультування:

Розділ	Консультант (прізвище, ініціали)	Підпис, дата	
		Завдання видано	Завдання виконано

5. Зміст випускної кваліфікаційної роботи (проекту) (перелік питань за кожним розділом)

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ КОМЕРЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Сутність комерційної діяльності підприємства

1.2. Зміст та особливості управління комерційною діяльністю підприємства

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ УПРАВЛІННЯ КОМЕРЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ТОВ «ПРЕМІОРИ»

2.1. Аналіз ринку діяльності підприємства

2.2. Оцінка ефективності управління комерційною діяльністю

РОЗДІЛ 3. ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ КОМЕРЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ТОВ «ПРЕМІОРИ»

3.1. Обґрунтування напрямів вдосконалення управління комерційною діяльністю підприємства

3.2. Прогнозна оцінка ефективності запропонованих напрямів з вдосконалення управління комерційною діяльністю

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

6. Календарний план виконання роботи (проекту)

№ пор.	Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи (проекту)	Строк виконання етапів роботи	
		за планом	фактично
1	2	3	4
1	Забезпечення студентів Положенням про випускну кваліфікаційну роботу (проект) та Методичними рекомендаціями з виконання випускної кваліфікаційної роботи, навчальним посібником «Економічні дослідження»	до 15.09.20 р.	
2	Визначення напрямку дослідження та затвердження теми випускної кваліфікаційної роботи	до 15.11.20 р.	
3	Складання плану та підготовка індивідуального завдання для виконання випускної кваліфікаційної роботи	до 14.12.20 р.	
4	Рецензування планів випускних кваліфікаційних робіт	до 20.12.20 р.	
5	Представлення науковому керівнику рукопису статті за темою дослідження	до 01.03.21 р.	
6	Збір статистичних даних, підготовка аналітичного матеріалу випускної кваліфікаційної роботи	до 01.05.21 р.	
7	Представлення на рецензування науковому	до 01.06.21 р.	

	керівнику рукопису другого (дослідницького) розділу випускної кваліфікаційної роботи		
8	Направлення студентів на об'єкти виробничої (переддипломної) практики	17.05.21-11.06.21	
9	Захист звіту з практики	згідно графіка навч. процесу.	
10	Періодичне звітування студентів про виконання випускної кваліфікаційної роботи перед науковими керівниками та завідувачем кафедри	з 10 по 20 число щомісяця	
11	Представлення закінченої випускної кваліфікаційної роботи на кафедру	до 01.11.21 р.	
12	Підготовка письмового відгуку на випускну кваліфікаційну роботу (заочна форма навчання)	до 15.11.21 р.	
13	Проведення попереднього захисту випускної кваліфікаційної роботи	За графіком	
14	Вирішення питання про допуск випускної кваліфікаційної роботи до захисту	За графіком	
15	Допуск до зовнішнього рецензування	За графіком	
16	Направлення випускної кваліфікаційної роботи із зовнішньою рецензією у ЕК для захисту	За графіком (до 01.12.20 р.)	
17	Захист ВКР в комісії	Згідно графіка навч. процесу	

7. Дата видачі завдання «01» листопада 2020 р.

8. Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи (проекту) _____ Хмурова В. В. _____
(прізвище, ініціали, підпис)

9. Керівник проектної групи (гарант освітньої програми) _____ Федулова І. В. _____
(прізвище, ініціали, підпис)

10. Завдання прийняв до виконання студент _____ Пащенко О. П. _____
(прізвище, ініціали, підпис)

11. Відгук наукового керівника випускної кваліфікаційної роботи (проекту)

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ КОМЕРЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	9
1.1. Сутність комерційної діяльності підприємства	9
1.2. Зміст та особливості управління комерційною діяльністю підприємства... ..	12
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ УПРАВЛІННЯ КОМЕРЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ТОВ «ПРЕМІОРИ»	16
2.1. Аналіз ринку діяльності підприємства	16
2.2. Оцінка ефективності управління комерційною діяльністю	22
РОЗДІЛ 3. ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ КОМЕРЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ТОВ «ПРЕМІОРИ»	28
3.1. Обґрунтування напрямів вдосконалення управління комерційною діяльністю підприємства	28
3.2. Прогнозна оцінка ефективності запропонованих напрямів з вдосконалення управління комерційною діяльністю	33
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	37
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	40
ДОДАТКИ	

ВСТУП

Актуальність дослідження. В сучасних умовах розвитку економіки України в механізмі функціонування підприємств відбуваються суттєві зміни, тому постає питання про забезпечення стабільного розвитку реального сектору економіки. Важливим фактором розвитку ринку товарів та послуг є активізація комерційної діяльності підприємств, що зумовлена розширенням конкурентного середовища та появою нових управлінських технологій, орієнтованих на задоволення потреб ринку.

Дослідженням питання управління і вдосконалення ефективності управління комерційною діяльністю підприємств займалися такі вчені, як В. Апопій, А. Виноградська, Н. Криковцева, Г. Осовська, В. Памбухчиянц, Ф. Хміль, Л. Дашков, О. Буданова, М. Єрмошенко, Є. Кісельова. Кожен із вчених розглядає зміст і суть комерційної діяльності з різних позицій. Однак, незважаючи на значну кількість досліджень, багато прикладних аспектів комерційної діяльності розкрито не повністю, що обмежує можливості виявлення особливостей системи управління комерційною діяльністю підприємств.

Мета дослідження. Вивчення особливостей управління комерційною діяльністю підприємства на основі діяльності ТОВ «ПРЕМІОРИ».

Завдання дослідження:

- вивчення теоретичних та методичних основ управління комерційною діяльністю підприємства;
- аналіз результатів управління комерційною діяльністю ТОВ «ПРЕМІОРИ»;
- оцінка ефективності управління комерційною діяльністю ТОВ «ПРЕМІОРИ»;
- вдосконалення управління комерційною діяльністю ТОВ «ПРЕМІОРИ».

Об'єктом дослідження є процес оцінки особливостей управління

комерційною діяльністю підприємства.

Предметом дослідження є теоретичні та методичні аспекти управління комерційною діяльністю підприємства.

Методи дослідження. Системно-функціональний (узагальнено теоретико-методологічні аспекти управління комерційною діяльністю підприємства), абстрактно-логічний (досліджено методичні підходи до формування напрямків підвищення комерційної діяльності), діалектичний (розглянуто еволюцію об'єкта дослідження протягом останніх років, виявлено шляхи та резерви його подальшого розвитку), порівняльний аналіз тощо.

Інформаційну базу дослідження складають законодавчі та нормативні документи, статистичні матеріали Державного комітету статистики України, форми №1 “Баланс”, форми №2 “Звіт про фінансові результати”, емпіричні дані наукових досліджень вітчизняних та зарубіжних економістів, матеріали наукових конференцій, семінарів, наукові публікації, інформаційні дані результатів діяльності ТОВ «ПРЕМІОРИ».

Практичне значення отриманих результатів полягає у розробці рекомендацій щодо вдосконалення управління комерційною діяльністю підприємства на основі оцінки даних ТОВ «ПРЕМІОРИ».

Апробація результатів. Результати дослідження пройшли апробацію і стаття на тему «Особливості управління комерційною діяльністю підприємства» опублікована у збірнику «Менеджмент: імперативи та виклики».

(дод. А)

Структура роботи. Випускна кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновку списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг роботи – 43 сторінки. Список використаних джерел містить 47 найменувань (в т. ч. інтернет-ресурси). Кількість додатків – 3.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ КОМЕРЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Сутність комерційної діяльності підприємства

В сучасних умовах господарювання, що характеризуються нестабільністю розвитку ринкової економіки, посиленням процесів глобалізації і конкуренції, вітчизняні підприємства мають функціонувати більш ефективно, спрямовуючи свою діяльність не лише на задоволення поточних потреб, насамперед у формі отримання прибутку, а й на задоволення потреб споживачів, приділяючи особливу увагу управлінню комерційною діяльністю.

Здійснюючи господарську діяльність підприємство ефективно поєднує велику кількість організаційних, трудових, матеріальних, фінансових та інших ресурсів. Успішність таких дій вимірюється шляхом оцінювання комерційної діяльності підприємства.

Дослідженням питання організації та управління комерційною діяльністю підприємств займалися різні вчені, зокрема: І. А. Бланк, В. Л. Дикань, Н. О. Криковцева, Г. Г. Льовкін, Л. Є. Н. Кисильова, Ф. Котлер, М. І. Баканов В. Я. та ін. Вивчення праць вітчизняних та зарубіжних науковців дає можливість розглянути поставлене наукове завдання з різних аспектів.

Комерція – слово латинського походження (від лат.commercium), що означає «торгівля». Термін «комерційна діяльність» з'явився в Україні паралельно з терміном «ринок», бо ринкова економіка - це економіка вільного підприємництва, при якій отримують розвиток усі комерційні процеси і відносини обміну [1].

Досліджуючи особливості управління комерційною діяльністю підприємства варто більш детально розглянути визначення поняття «комерційна діяльність». Так, В. Дикань визначає, що комерційна діяльність полягає в організації комерційних процесів, операцій, направлених на забезпечення системи товарно-грошового обміну та управління ними, за винятком процесу виготовлення [2].

Криковцева Н. характеризує комерційну діяльність як комплекс операцій по забезпеченню процесу закупівлі і збуту на основі взаємодії господарюючих суб'єктів з метою отримання ними прибутку, а також кінцевим споживачам максимальної вигоди [3].

Льовкін Г. розглядає комерційну діяльність як необхідну умову забезпечення кінцевих споживачів товарами і послугами в сфері товарного обігу і пов'язана з виконанням наступних операцій: у виробників – підготовка продукції до відправлення, її документальне оформлення, відвантаження; на складах посередників – приймання товарів, зберігання, формування комплектних партій, відвантаження; в магазинах – приймання товарів за кількістю і якістю, зберігання, розміщення на прилавках, продаж товарів кінцевим покупцям [4].

У своїх працях Є. Кисильова пояснює значення комерційної діяльності як продукт товарного виробництва, що з'являється при виникненні потреби у посереднику між товаровиробником та споживачем. Саме за умов ринкової економіки комерційна посередницька діяльність набуває зрілих форм, організаційно й соціально-економічно відокремлюється від інших форм комерційної діяльності [5].

В. Апопій трактує «комерційну діяльність» як спосіб реалізації комерційних процесів як послідовного виконання операцій, що забезпечують організаційні, економічні, соціальні, правові аспекти товарно-грошового обміну [6].

Комерційна діяльність на думку І. Беляєвського – це діяльність із купівлі-продажу та зберігання товарів із метою задоволення споживчого попиту й отримання прибутку [7].

Ще одне визначення поняття комерційної діяльності було подано в 1958 р. Гарвардською школою управління комерційною діяльністю: «гармонійне поєднання отримання прибутку підприємством та задоволення вимог споживачів» [8].

Отже, аналіз поняття «комерційна діяльність» дає змогу зробити

висновок, що багато дослідників вважають, що предметом комерційної діяльності є процеси у сфері товарообігу з обов'язковим врахуванням задоволення потреб споживачів.

Варто зазначити, що згідно з п. 1 ст. 42 глави 4 Господарського кодексу України, господарську комерційну діяльністю (підприємництво) розуміють як самостійну, ініціативну, систематичну, на власний ризик господарську діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку [9]. Так, в українському законодавстві ототожнюються такі поняття, як «підприємництво» і «комерційна діяльність». Оскільки підприємництво є не тільки діяльністю, а й способом господарювання, умовою ринку, тому воно набагато ширше за змістом, ніж комерційна діяльність, яку можна вважати окремим видом підприємництва [10].

Зауважимо, що комерційне підприємництво варто розглядати з точки зору вузького і широкого аспектів. У вузькому розумінні комерційне підприємництво – це підприємництво у сфері торгівлі, пов'язане із здійсненням процесів купівлі-продажу товарів для задоволення попиту покупців (споживачів) та отримання прибутку. У широкому розумінні комерційне підприємництво виступає як господарсько-торговельна діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання у сфері виробництва і товарообігу, спрямована на реалізацію продукції виробничо-технічного призначення і виробів народного споживання, а також допоміжна діяльністю, яка забезпечує її реалізацію шляхом надання відповідних послуг [11]. Таким чином, комерційна діяльність є частиною підприємницької діяльності проте відрізняється тим, що не охоплює сам процес виготовлення товару.

1.2. Зміст та особливості управління комерційною діяльністю підприємства

В сучасних умовах господарювання торговельні підприємства встановлюють принципово нові відносини з партнерами, постачальниками, споживачами. Для успішного функціонування будь-якого підприємства необхідно правильно аналізувати його комерційну діяльність в залежності від ринкового середовища, яке постійно змінюється. Оскільки ефективне управління комерційною діяльністю є важливою складовою загальної діяльності підприємства, а також виступає підґрунтям створення і розвитку конкурентних переваг підприємства на основі формування унікальних комбінацій ресурсів і високих компетенцій.

Значення комерційної діяльності розкривається через три основні її функції: комунікативну, адаптивну і дослідницьку. Комунікативна функція полягає у передачі інформації постійним і потенційним клієнтам за особистого контакту з ними та з'ясування їхньої реакції. Адаптивна функція ґрунтується на результатах комунікаційного процесу та сприяє вирішенню проблем потенційного клієнта. Основна увага приділяється дослідженню потреб клієнта, виявленню вподобань, можливостей та найголовніше - пропонуються товари і послуги, які найкращим чином задовольняють його потреби. Дослідницька функція комерційної діяльності полягає у оцінюванні та опрацюванні інформації про покупців (клієнтів), товари і ринки. Дослідницька функція має риси найбільш схожі з маркетингом, однак інформація, отримана в процесі комунікацій з клієнтом, краще характеризує покупця і його потреби. Сучасна комерційна діяльність є активним процесом, в якому використовуються маркетингові технології для з'ясування потреб клієнтів, планування кількісних та якісних показників продажів, складу супутніх послуг і методів реалізації[12].

Цілі комерційної діяльності визначають її зміст, а саме: встановлення господарських і партнерських зв'язків із суб'єктами ринку; вивчення та аналіз джерел закупівлі товарів; узгодження зв'язку виробництва зі споживанням товарів, орієнтованих на попит покупців (асортимент, обсяг й оновлення

продукції); здійснення купівлі та продажу товарів з урахуванням конкурентного середовища; розширення існуючих і перспективний розвиток цільових ринків товарів; скорочення операційних витрат, пов'язаних з купівлею-продажем товарів [12].

Опираючись на суть поняття комерційної діяльності та її види можна визначити зміст комерційної діяльності. Змістом комерційної діяльності є:

- вивчення і прогнозування розвитку цільових ринків з деталізацією характеристик усіх складових (попит, пропозиція, ціна);
- здійснення маркетингової діяльності; проведення рекламної компанії;
- добір потенційних ділових партнерів і організація комерційних зв'язків між ними; організація і контроль виконання угод та договорів;
- проектування впровадження відповідних торгівельних технологій та оперативного управління ними відповідно до обраної стратегії [13].

Основними (базовими) принципами управління комерційною діяльністю дослідники вважають науковий підхід, в основі якого - положення діалектичної теорії пізнання, економічні закони розвитку, використання досягнень науково-технічного прогресу та новітніх методів економічних досліджень.

Варто зазначити, що основною метою комерційної діяльності є отримання прибутку та забезпечення його позитивної динаміки. Якщо прибуток відображає ефект комерційної діяльності, то ефективність характеризуватимуть показники рентабельності, що можуть бути визначені за співвідношенням відповідних показників фінансових результатів та ресурсів (витрат), залучених (понесених) для отримання цього фінансового результату. З огляду на порядок розрахунку фінансових результатів вважаємо, що показники рентабельності доцільно використовувати для оцінки комерційної діяльності в короткостроковому періоді. З урахуванням інформаційного забезпечення показники рентабельності є прийнятними як для оцінки ефективності окремого комерційного рішення, так і для визначення ефективності комерційної діяльності на певному сегменті ринку, за конкретною товарною групою,

регіональним підрозділом підприємства тощо.

Механізм управління комерційною діяльністю підприємства повинен відображати взаємозв'язок між управлінською та комерційною компонентами, підсистемами які їх забезпечують, зовнішнім середовищем, що дає змогу проектувати ефективну систему управління комерційною діяльністю підприємства з організаційним та економічним забезпеченням (рис. 1.1).



Рис. 1.1. Структурно-функціональна модель управління комерційною діяльністю підприємства

Джерело: побудовано на основі опрацювання [16]

Сьогодні працівники комерційного відділу повинні не тільки володіти концепцією маркетингу, але й знати ключові підходи до організації логістики. Комерційний директор зобов'язаний забезпечити розмежування функцій між маркетингом і розподільною логістикою, за допомогою якої забезпечується фізичний розподіл продукції (збут). Маркетинг передбачає гнучкість

організаційних форм управління. Гнучкість маркетингу повинна проявлятися у своєчасному врахуванні вимог ринку, для чого необхідно вивчати і прогнозувати товарні ринки, розвивати й удосконалювати збутову рекламу, а також впроваджувати у комерційну діяльність інновації, при необхідності – змінювати профіль діяльності, вносити зміни в організаційні структури комерційних служб [14].

Управління комерційною діяльністю не можна відокремити від системи управління підприємством, яке виконує ще й функції, пов'язані з виробничою, технологічною, економічною та фінансовою діяльністю. Отже, під час оцінювання ефективності управління комерційною діяльністю необхідно враховувати взаємодію усіх складових елементів (відділів), які утворюють цілісну систему управління підприємством. Ключову роль у формуванні продуктового ланцюга, задоволенні потреб споживачів та отриманні доходу виконує комерційна діяльність, яка й визначає необхідність проведення бізнес-процесів та управління ними за допомогою сучасних мотиваційних підходів, технологій та методик [15].

Таким чином, виходячи з вищенаведених даних, основою вдосконалення управління комерційною діяльністю є:

- 1) оцінювання комерційної діяльності, як комплекс взаємопов'язаних процесів;
- 2) концентрація уваги на кожному процесі, що становить загальне поняття, – комерційна діяльність з точки зору його організації, а також організації управління ним;
- 3) формування технологій впровадження кожної складової процесу залежно від зовнішніх і внутрішніх умов функціонування комерційної діяльності;
- 4) розробка імітаційних моделей управління комерційною діяльністю, що відображають вплив на останню найбільш повного складу чинників.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ УПРАВЛІННЯ КОМЕРЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ТОВ «ПРЕМІОРИ»

2.1. Аналіз ринку діяльності підприємства

Розглянемо особливості управління комерційною діяльністю підприємства на основі даних діяльності ТОВ «ПРЕМІОРИ» - єдиного виробника шин в Україні. Підприємство виготовляє продукцію під торговими марками ROSAVA, PREMIORRI, VALSA, ROSAVA-AgroS. Продукція підприємства реалізується не тільки в Україні, але й за кордоном. В таблиці 2.1 наведена динаміка продажів продукції ТОВ «ПРЕМІОРИ» в розрізі ринків діяльності за період 2018-2020 років.

Таблиця 2.1

Динаміка продажів ТОВ «ПРЕМІОРИ» в розрізі ринків за період 2018-2020 рр., тис. шт.

Ринки діяльності	2018	2019	2020	Абсолютна зміна		Відносна зміна	
				2019/2018	2020/2019	2019/2018	2020/2019
Україна	2 915	2 575	2 688	-340	113	-12%	4%
СНД	1 820	1 606	1 188	-214	-417	-12%	-26%
Європа	489	507	539	18	32	4%	6%
Америка (Океанія)	110	70	356	-40	286	-36%	410%
Африка	47	63	44	15	-18	33%	-29%
Інші	13	24	24	12	-1	89%	-3%
Всього	5 394	4 845	4 839	-549	-6	-10%	-0,1%

Джерело: побудовано на основі опрацювання даних ТОВ «ПРЕМІОРИ»

З наведених даних можемо зробити висновок, що ТОВ «ПРЕМІОРИ» здійснює реалізацію своєї продукції як на внутрішньому ринку України, так і експортує її в країни СНД, Європи, Америки, Африки та ін. Як бачимо, динаміка продажів за досліджуваний період 2018-2020 років показала не найкращі результати. Так, у 2020 році загальна кількість реалізованої продукції зменшилась на 5 803 шт. (0,1%), порівняно з 2019. Дану ситуацію можна

пояснити декількома факторами. По-перше відбулась концентрація діяльності на ринках України та Америки. Зокрема новими партнерами на ринку Америки (Океанії) стали представники Австралії та Нової Зеландії. Наступним фактором зменшення кількості реалізованої продукції є епідеміологічна ситуація, що склалась в Україні та світі. Також у період 2018-2020 років відбулось значне скорочення діяльності з країнами, що належать до того чи іншого ринку збуту у зв'язку з появою нових конкурентів - китайських виробників шин в економ-сегменті.

Розглянувши питому вагу реалізованої продукції ТОВ «ПРЕМІОРИ» за період 2018-2020 рр. (табл. 2.2) можемо помітити, що основна діяльність зосереджена на внутрішньому ринку України, більше 50% продукції реалізується дилерам та безпосередньо споживачам України. Інші 47-45% припадають на експорт. Основними експортерами продукції ТОВ «ПРЕМІОРИ» є країни СНД та Європи.

Таблиця 2.2

Структура продажів продукції ТОВ «ПРЕМІОРИ» в розрізі ринків за період 2018-2020 рр., %

Ринки діяльності	Питома вага			Абсолютна зміна	
	2018	2019	2020	2019/2018	2020/2019
Україна	54,05	53,16	55,55	-0,89	2,39
СНД	33,74	33,14	24,56	-0,59	-8,59
Європа	9,06	10,46	11,13	1,39	0,68
Америка (Океанія)	2,04	1,44	7,35	-0,60	5,91
Африка	0,87	1,29	0,91	0,42	-0,38
Інші	0,24	0,51	0,49	0,27	-0,01
Всього	100,00	100,00	100,00	X	X

Джерело: побудовано на основі опрацювання даних ТОВ «ПРЕМІОРИ»

Основних контрагентів ТОВ «ПРЕМІОРИ» можна розділити на 2 групи: дилери (оптові покупці) та кінцеві споживачі. Співпраця з дилерами передбачає підписання договорів з подальшою реалізацією продукції. В основному дилерами виступають експортери. Комерційна діяльність, що

здійснюється на ринку України передбачає реалізацію продукції як дилерам, так і безпосередньо кінцевим споживачам через фірмові роздрібні магазини та інтернет-платформи. Зокрема робота офлайн-магазинів представлена в більшості міст України: Київ, Чернігів, Житомир, Хмельницький, Черкаси, Кропивницький, Дніпро, Запоріжжя, Харків та 2 магазини в м. Біла Церква (рис. 2.1).

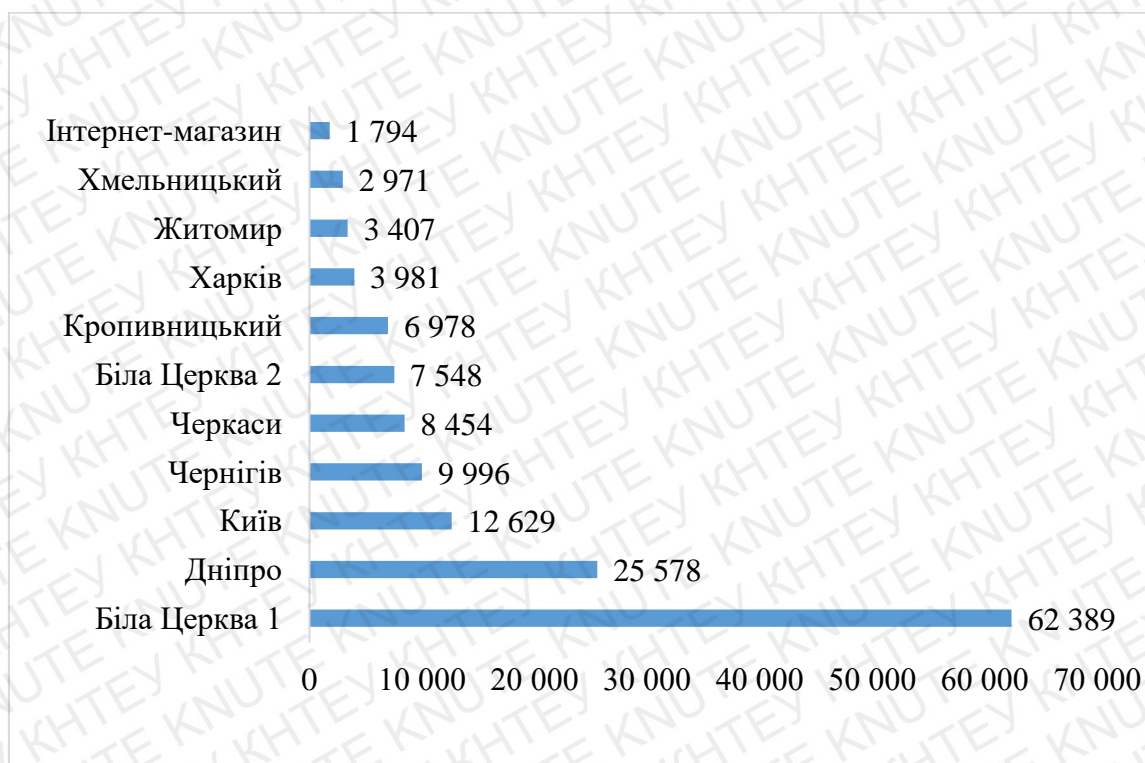


Рис. 2.1. Кількість реалізованої продукції ТОВ «ПРЕМІОРИ» через фірмові магазини в містах України за 2020 р., шт.

Джерело: побудовано на основі опрацювання даних ТОВ «ПРЕМІОРИ»

Таким чином, можемо помітити, що найбільш ефективною є діяльність магазину в м. Біла Церква – 43% реалізованої продукції здійснюється через магазин Біла Церква 1. Також досить результативною є робота магазинів в м. Дніпро та Києві.

Зважаючи на зовнішні фактори впливу на розвиток підприємницької діяльності, а саме умови діяльності в період пандемії - актуальним шляхом розширення меж комерційної діяльності ТОВ «ПРЕМІОРИ» став розвиток онлайн-платформ збуту продукції. Так, у 2020 році було створено офіційний Інтернет-магазин, а також заключено договір з розміщення продукції на таких

маркет-плейсах, як Розетка, Алло, Пром юа. На сьогодні діяльність Інтернет-магазину є найменш результативною, однак план роботи ТОВ «ПРЕМІОРИ» на 2021 рік передбачає розширення та удосконалення діяльності Інтернет-платформ.

Основним показником ефективного здійснення комерційної діяльності підприємства є забезпечення потреб споживачів з метою отримання прибутку. Саме тому важливо мати достатньо широку асортиментну політику товарів. Зважаючи на особливості діяльності ТОВ «ПРЕМІОРИ» товарна продукція представлена наступними групами товарів (рис. 2.2). Як бачимо з наведених даних основну частку (майже 77%) в розрізі груп товарів займають шини, а також камери (майже 23%).

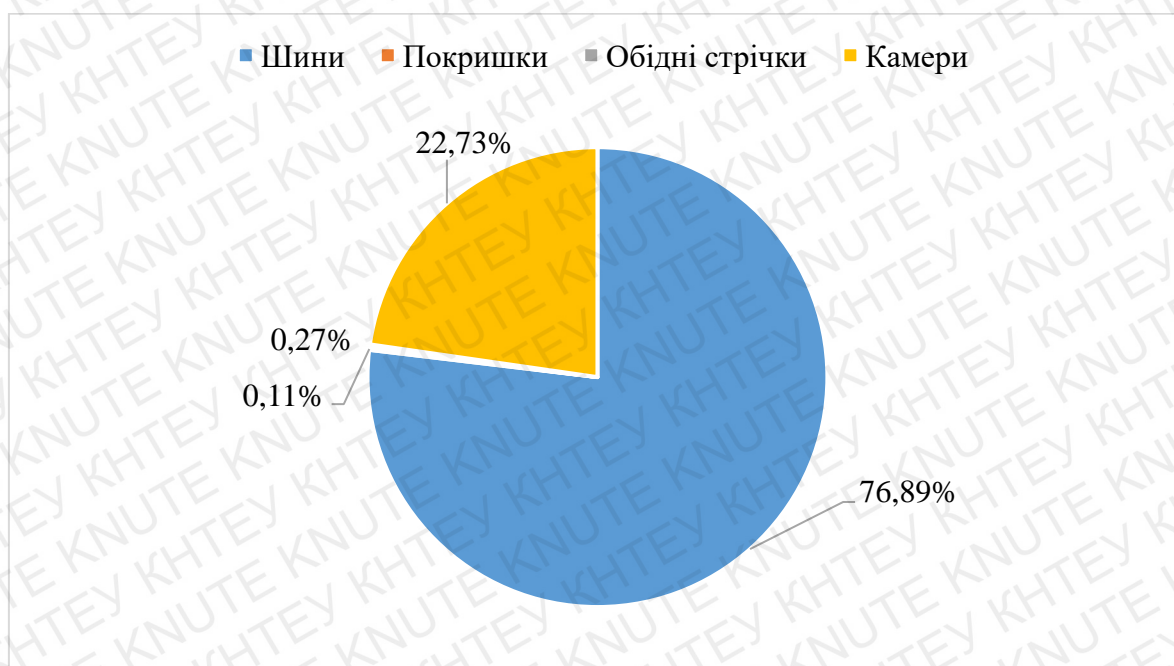


Рис. 2.2. Структура групи товарів ТОВ «ПРЕМІОРИ» станом на 2020 рік

Джерело: побудовано на основі опрацювання даних ТОВ «ПРЕМІОРИ»

Динаміка продажів шин в розрізі підгруп наведено на рис. 2.3. З наведеної діаграми продажу шин в розрізі підгруп, можемо помітити, що найбільшу питому вагу (більше 70%) займають шини для легкових автомобілів, обсяг реалізації яких протягом 2018-2020 рр. сягав майже 3 млн шт.

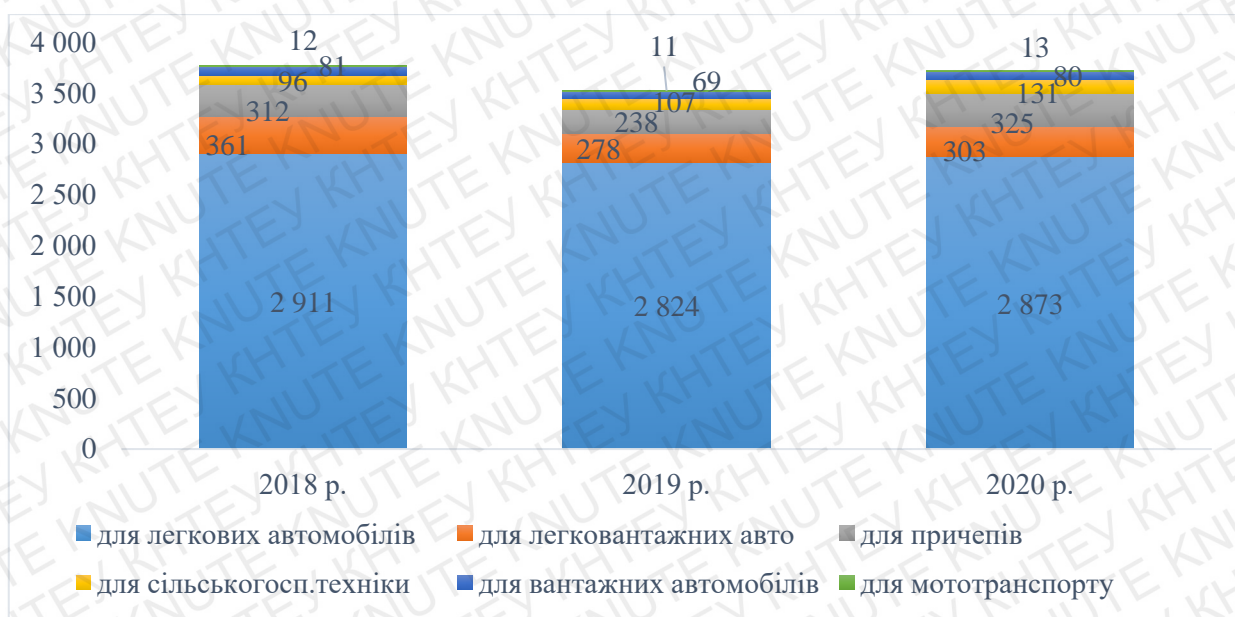


Рис. 2.3. Динаміка реалізації шин в розрізі підгруп за період 2018-2020 рр., тис. шт.

Джерело: побудовано на основі опрацювання даних ТОВ «ПРЕМІОРИ»

Варто розглянути ємність ринку та структуру імпорту легкових шин в розрізі брендів (рис. 2.4 та рис. 2.5)

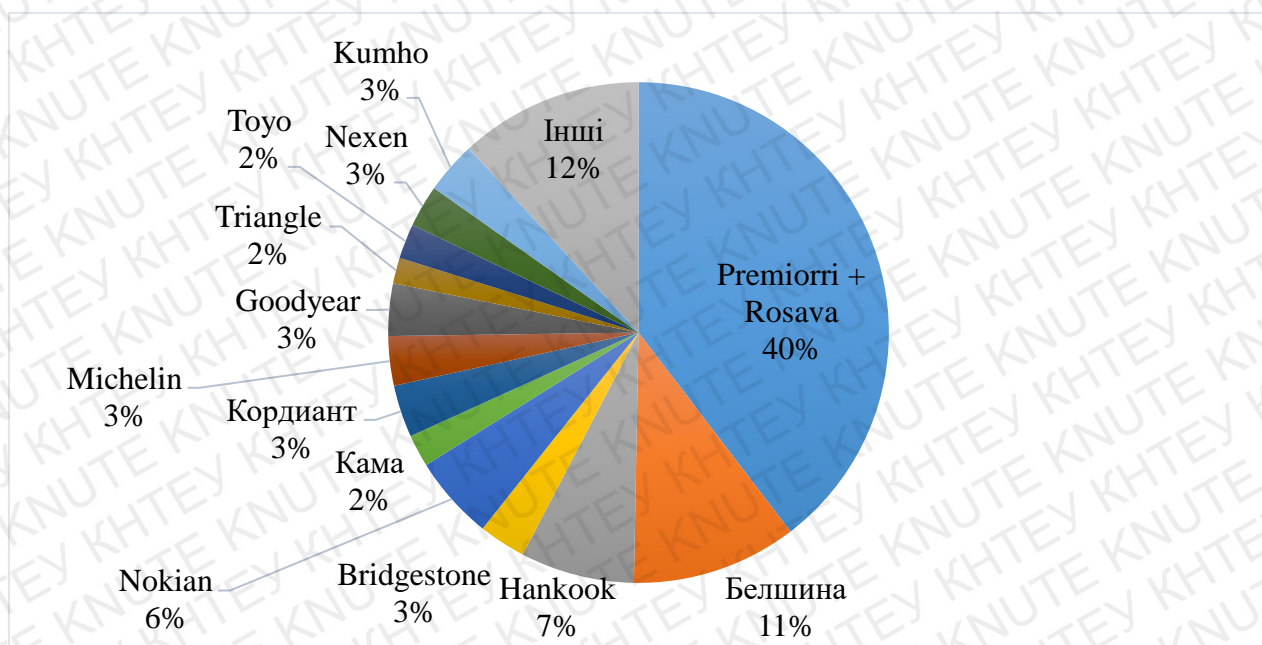


Рис. 2.4. Структура імпорту легкових шин в розрізі брендів та частка ТОВ «ПРЕМІОРИ» в 2018 році

Джерело: побудовано на основі опрацювання даних імпорту та ТОВ «ПРЕМІОРИ»

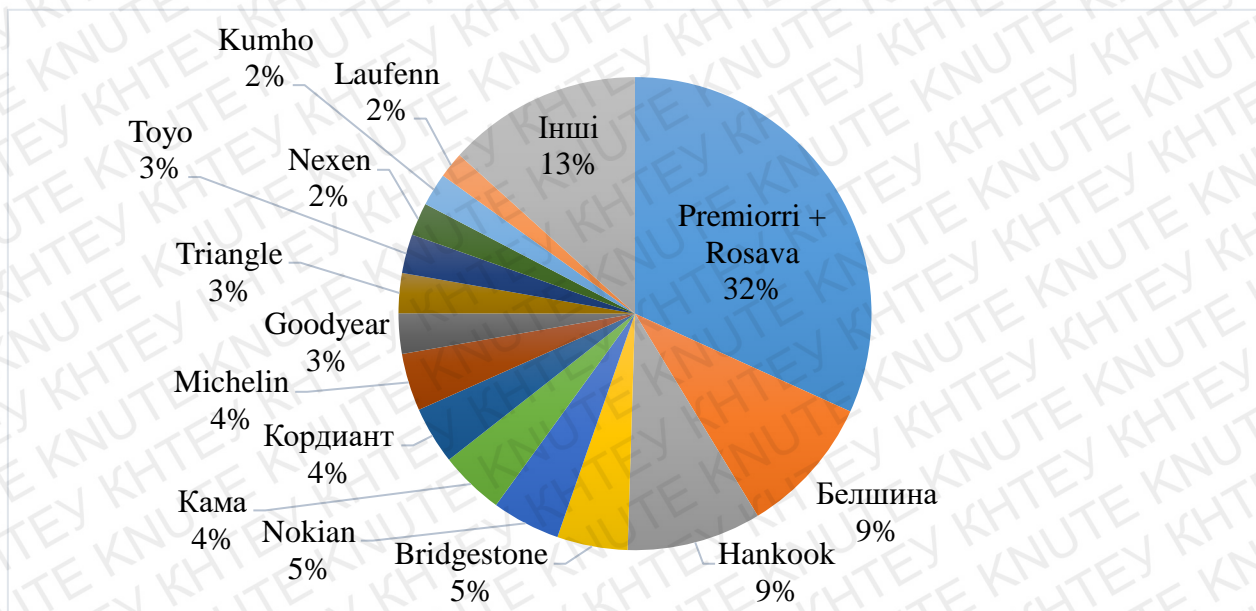


Рис. 2.5. Структура імпорту легкових шин в розрізі брендів та частка ТОВ «ПРЕМІОРИ» в 2020 році

Джерело: побудовано на основі опрацювання даних імпорту та ТОВ «ПРЕМІОРИ»

Наведені дані демонструють ємність ринку легкових шин в Україні в розрізі основних брендів-імпортерів та продажі ТОВ «ПРЕМІОРИ». Як бачимо, підприємство у 2018 році займало 40% загального ринку легкових шин. У 2020 році частка зменшилась до 32%, це явище пов'язане з розширенням імпорту світових брендів шин, особливо китайських брендів економ-сегменту.

Досліджуючи попит споживачів підприємство намагається розширювати та вдосконалювати наявні лінійки шин доповнюючи їх новими актуальними типорозмірами, а також розробкою нових протекторів шин з зимовим, літнім та всесезонним рисунком.

Механізм управління комерційною діяльністю досліджуваного підприємства передбачає послідовне виконання комерційних процесів, операцій та управління ними з врахуванням організаційного та економічного забезпечення на основі процесного і системного підходів, мотиваційних і стратегічних підходів.

2.2. Оцінка ефективності управління комерційною діяльністю

Досліджуючи комерційну діяльність будь-якого підприємства варто розглянути організаційну структуру (рис. 2.6)

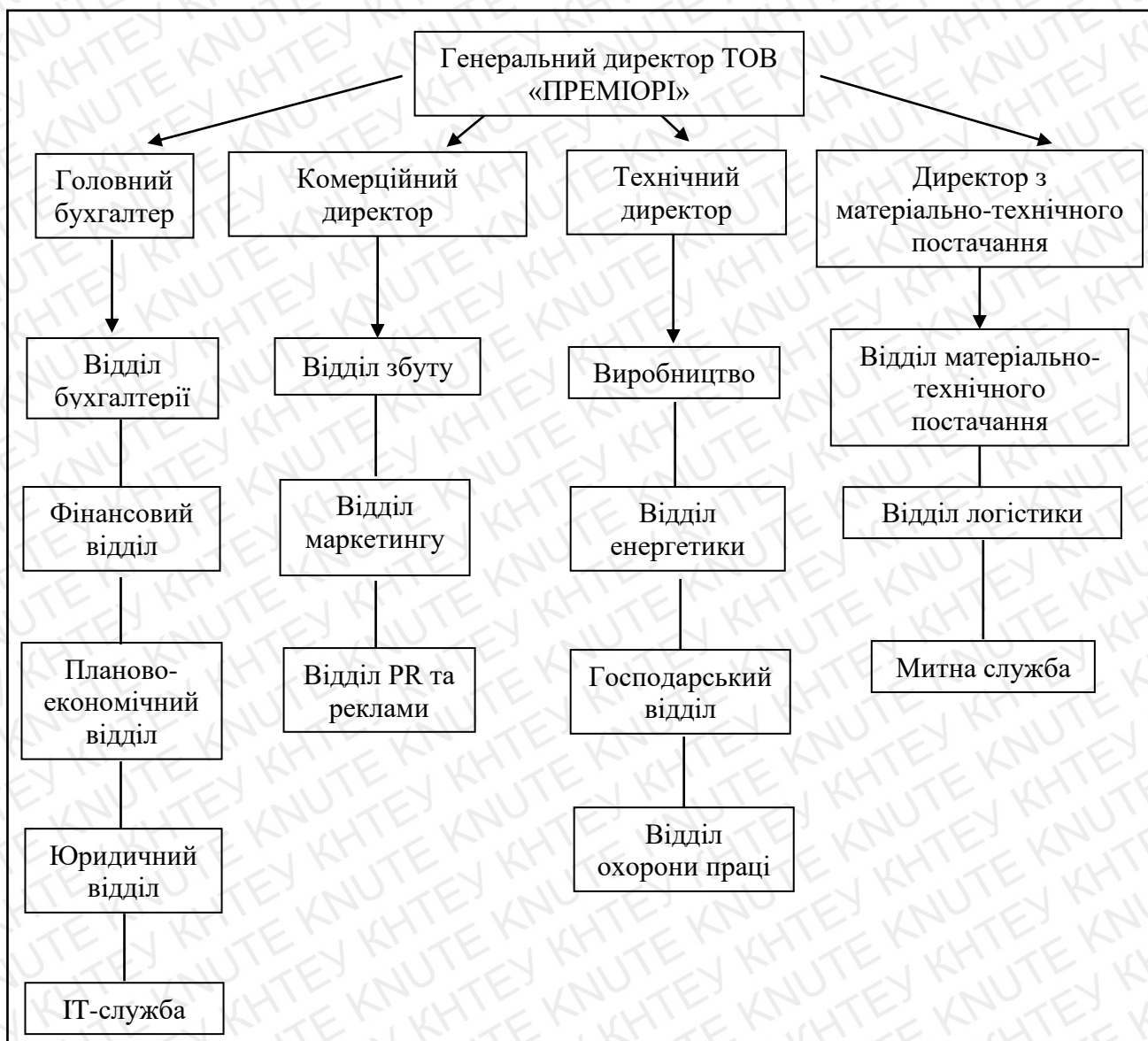


Рис. 2.6. Організаційна структура ТОВ «ПРЕМІОРИ»

Джерело: узагальнено на основі діяльності ТОВ «ПРЕМІОРИ»

Організаційна структура ТОВ «ПРЕМІОРИ» - це склад відділів, служб і підрозділів в апараті управління, системна їх організація, характер підпорядкованості та підзвітності один одному і вищому органу управління, а також набір організаційних та інформаційних зв'язків, порядок розподілу функцій управління по різних рівнях і підрозділам управлінської ієрархії.

Кожний відділ (служба) підприємства підпорядковується безпосередньому начальнику відділу (служби).

Успішність здійснення комерційної діяльності залежить від ефективної системи управління підприємством в цілому. Під час побудови структури управління комерційною діяльністю необхідно враховувати взаємозв'язок та взаємозалежність кожного з підрозділів організаційної структури підприємства. Управління комерційною діяльністю ТОВ «ПРЕМІОРИ» передбачає управління діяльністю трьох взаємопов'язаних відділів: комерційний відділ, відділ маркетингу та відділ PR та реклами. Безпосередній контроль діяльності за роботою трьох зазначених відділів та керівництво покладено на комерційного директора.

Функціональні обов'язки працівників відділу збуту ТОВ «ПРЕМІОРИ» включають в себе спілкування з дилерами, контрагентами та кінцевими споживачами продукції. Здійснення ефективної діяльності комерційного відділу передбачає збільшення рівня продажів, пошук нових ринків збуту, налагодження комунікації з партнерами, формування нових технологій реалізації продукції. Робота відділу побудована таким чином, що кожен менеджер відповідальний за комунікацію з клієнтами того чи іншого ринку.

Для підтримання належного рівня реалізації продукції важливо надавати ринкові ціни споживачам. Саме тому відділ маркетингу регулярно здійснює моніторинг цін за ринками діяльності та брендами-конкурентами. Також необхідною умовою діяльності є відслідковування тенденцій ринку, аналіз діяльності конкурентів та аналіз попиту.

Відділ PR та реклами займається безпосередньою розробкою шляхів популяризації бренду. Зокрема, це створення біл-бордів, реклама на радіо та ТВ, ведення сторінок в соц-мережах, участь в міжнародних та українських виставках шин. Важливим також є питання налагодження комунікації зі споживачами та отримання зворотнього зв'язку у формі відгуків.

Описані вище відділи безпосередньо пов'язані між собою, однак здійснення комерційної діяльності це складний процес, що передбачає

комунікацію з наступними відділами:

- виробництво - планування обсягів та асортименту виробництва для подальшої реалізації;
- відділ логістики та митної служби – оформлення та перевірка документів для відправки продукції;
- фінансовий відділ – проведення розрахунків та контроль дебіторської заборгованості;
- юридичний відділ – підписання договорів.

Таким чином, налагоджена комунікація та взаємопов'язана робота зазначених відділів забезпечує ефективне управління комерційною діяльністю ТОВ «ПРЕМІОР».

Підприємство є відкритою системою, яка взаємодіє із зовнішнім середовищем, тому оцінювання ефективності управління підприємством має проводитися на основі оцінок зовнішньої та внутрішньої ефективності управління. [17]

Систему показників ефективності комерційної діяльності підприємства складають:

- **інтегральний показник ефективності комерційної діяльності** - це показник, який дає загальну оцінку результативності суб'єкта комерційної діяльності за певний період (сукупних ресурсів);
- **узагальнюючі показники** вимірюють ефективність виконання окремих видів діяльності: функціональної (суто торговельної), господарської та соціальної;
- **специфічні показники** використовуються для всебічної оцінки рівня і динаміки ефективності окремих комерційних операцій, витрат, потужностей, устаткування, видів матеріальних ресурсів. Ці показники є також результативними, оскільки визначаються співвідношенням ефекту до витрат чи ресурсів, що його забезпечують.

На практиці застосовується визначення інтегрального показника

комерційної діяльності як похідної від значення узагальнюючих показників. Шляхом визначення узагальнюючих показників дається кількісна оцінка ефективності здійснення окремих видів діяльності комерційного підприємства: функціональної, господарської і соціальної. В таблиці 2.3 наведено показники та формули розрахунку ефективності комерційної діяльності для оцінки ефективності управління комерційною діяльністю ТОВ «ПРЕМІОРИ» .

Таблиця 2.3

Показники ефективності комерційної діяльності підприємства

№ з/п	Показник	Формула	Умовні позначення
Узагальнюючі показники			
1	Показник функціональної діяльності	$E_f = \frac{TO}{OЗ + Oб + Фз}$	ТО - річний обсяг товарообігу; OЗ - середньорічна вартість основних засобів; Oб - середньорічна вартість оборотних коштів; Фз - фонд заробітної плати торговельних працівників за рік.
2	Показник ефективності господарської діяльності	$E_g = \frac{\Pi}{OЗ + Oб + Фз}$	П - річний прибуток;
Інтегральний показник			
3	Економічна ефективність	$E_e = \sqrt{E_f \times E_g}$	E _f - показник функціональної діяльності; E _g -показник ефективності господарської діяльності
Специфічні показники			
4	Ефективність використання трудових ресурсів	$E_{tr} = \frac{TO}{V_{tr}}$	ТО - розмір товарообігу, грн.; V _{tr} - витрати на оплату праці праці, грн.
5	Ефективність використання матеріальних ресурсів	$E_{mr} = \frac{TO}{OЗ}$	OЗ – вартість основних засобів
6	Ефективність використання фінансових ресурсів	$E_{fr} = \frac{TO}{OK}$	OK- вартість основного капіталу

Джерело: побудовано на основі опрацювання [17]

За допомогою системи показників ефективності комерційної діяльності

можна визначити конкурентоспроможність, інвестиційну привабливість підприємства, правильно приймати комерційні рішення, дати оцінку результатів роботи за певний період час та позицій на ринку.

Розрахунок показників ефективності комерційної діяльності ТОВ «ПРЕМІОРИ» наведено в таблиці 2.4.

Таблиця 2.4

**Динаміка показників ефективності комерційної діяльності ТОВ
«ПРЕМІОРИ» 2018-2020 рр.**

з/п	Показник	2018	2019	2020	Відносне відхилення, %	
					2019/2018	2020/2019
1	Показник функціональної діяльності	2,45	2,20	1,84	-10,2%	-16,3%
2	Показник ефективності господарської діяльності	0,18	0,21	0,09	16,2%	-57,7%
3	Економічна ефективність	0,67	0,69	0,41	2,1%	-40,5%
4	Ефективність використання трудових ресурсів	403,88	303,39	69,74	-24,9%	-77,0%
5	Ефективність використання матеріальних ресурсів	8,31	7,20	5,62	-13,4%	-22,0%
6	Ефективність використання фінансових ресурсів	3,50	3,19	2,84	-8,7%	-11,0%

Джерело: розраховано на основі опрацювання даних ТОВ «ПРЕМІОРИ»

Отже, вищенаведені розрахунки демонструють суттєве зменшення ефективності управління комерційною діяльністю ТОВ «ПРЕМІОРИ» та свідчать про погіршення ефективності діяльності підприємства в цілому протягом 2018 – 2020 рр. Однак, варто зазначити, що у 2019 році порівняно з 2018 відбулось збільшення економічної ефективності діяльності на 2,1%, а також показник ефективності господарської діяльності зріс на 16,2%. У 2020 році загальний інтегральний показник економічної ефективності діяльності зменшився на 40,5%, що свідчить про погіршення діяльності підприємства. Відбулось суттєве зменшення показника ефективності використання трудових ресурсів. Незважаючи на те, що загальна кількість працівників у 2020 році зросла, однак збільшення фонду заробітної плати відбулось більшими темпами,

ніж збільшення товарообігу (у формі чистого доходу від реалізації).

Важливими показниками результативності та ефективності діяльності підприємства є показники рентабельності, які розраховуються шляхом співвідношення суми прибутку до одного із показників: обсягу товарообороту, витрат обігу, вартості основних фондів, оборотних засобів. Динаміка показників рентабельності ТОВ «ПРЕМІОРИ» наведено в табл. 2.5.

Таблиця 2.5

Динаміка показників рентабельності ТОВ «ПРЕМІОРИ» 2018-2020 рр.

№ з/п	Показник	2018	2019	2020	Відхилення	
					2019/2018	2020/2019
1	Рентабельність товарообороту	7,5%	9,8%	4,9%	2,2%	-4,8%
2	Рентабельність витрат	8,2%	10,5%	5,4%	2,3%	-5,1%
3	Рентабельність основних фондів	62,7%	70,3%	27,7%	7,6%	-42,6%
4	Рентабельність оборотних засобів	26,4%	31,2%	14,0%	4,8%	-17,2%

Джерело: розраховано на основі опрацювання даних ТОВ «ПРЕМІОРИ»

Отже, наведені дані демонструють підвищення усіх показників рентабельності 2019 році порівняно з 2018 та суттєве зменшення показників у 2020 році порівняно з 2019 р. Незважаючи на зменшення кількості продажів у 2019 р. рентабельність товарообороту збільшилась на 2,2%. Рентабельність витрат у 2020 році зменшилась на 5,1%, що свідчить про збільшення обсягів витрат швидшими темпами, ніж збільшення прибутку підприємства. Суттєвого зменшення у 2020 році порівняно з 2019 р. зазнали показники рентабельності основних фондів та оборотних засобів (на 42,6% та 17,2% відповідно). Незважаючи на те, що у 2020 році рівень продажів зменшився лише на 0,1% порівняно з 2019 р. показники рентабельності значно зменшились, що свідчить про погіршення ефективності діяльності підприємства в цілому. Таку ситуацію можна пояснити нестабільною ситуацією на ринку у зв'язку з карантинними обмеженнями на фоні пандемії (COVID19).

РОЗДІЛ 3. ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ КОМЕРЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ТОВ «ПРЕМІОРІ»

3.1. Обґрунтування напрямів вдосконалення управління комерційною діяльністю підприємства

Комерційна діяльність виступає в сучасних умовах як один з найважливіших факторів функціонування і розвитку промислових підприємств. Ця діяльність постійно удосконалюється відповідно до об'єктивних вимог виробництва і реалізації товарів, ускладненням господарських зв'язків, підвищенням ролі споживача у формуванні техніко-економічних та інших параметрів продукції. Варто зазначити, що в сучасних умовах розвитку економічних відносин, важливу роль відіграє стан світової економіки та зміни які відбуваються під впливом зовнішніх факторів.

Зміни умов виробничої діяльності, необхідність адекватного пристосування до неї системи управління, позначаються не тільки на вдосконаленні його організації, але і на перерозподілі функцій управління по рівнях відповідальності, формам їхньої взаємодії і т.д.

Йдеться, перш за все, про таку систему управління (принципах, функціях, методах, організаційній структурі), яка породжена необхідністю організацій і закономірністю господарювання, пов'язаними з задоволенням, в першу чергу, індивідуальних потреб, забезпеченням зацікавленості працівників у найвищих кінцевих результатах, що ростуть доходами населення, регулюванням товарно-грошових відносин, широким використанням новітніх досягнень науково-технічної революції, підтриманням конкурентоспроможності. Все це вимагає від підприємств адаптації до нових умов, подолання виникаючих протиріч в економічному та науково-технічному процесах.

Для обґрунтування напрямів вдосконалення управління комерційною діяльністю ТОВ «ПРЕМІОРІ» доцільно розглянути структуру продажів в Україні (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

**Структура реалізації продукції ТОВ «ПРЕМІОРИ» в Україні за період
2018-2020 рр., %**

Спосіб реалізації	2018	2019	2020	Абсолютна зміна	
				2019/2018	2020/2019
Україна (дилери)	95,6	97,2	94,6	1,6	-2,6
Фірмові магазини	4,4	5,7	5,4	1,3	-0,3
Інтернет-магазин	-	-	0,1	-	0,1

Джерело: побудовано на основі опрацювання даних ТОВ «ПРЕМІОРИ»

З наведених даних можемо зробити висновок, що основна частка реалізації продукції в Україні належить дилерам (більше 95%). Частка реалізації кінцевим споживачам через фірмові офлайн-магазини – в межах 5%. Це означає, що основна стратегія збуту продукції в Україні направлена на розвиток і підтримку співпраці з дилерами. Підприємство намагається підтримувати мережу фірмових магазинів, однак дилерська мережа є досить розвиненою (станом на 2020 рік – 21 дилер), про що свідчать особливі умови співпраці: надання додаткових знижок в рамках «Літньої програми» та «Зимової програми», розрахунки за умовами відтермінування платежу та ін. Підприємство намагається підтримувати розвиток фірмових магазинів шляхом налагодженої комунікації менеджерів зі споживачами (надання якісних послуг), наданням додаткових знижок постійним клієнтам, а також за купівлю шин від 4-х шт., оформлення картки гарантії «Assistance».

Однак дилерська мережа розвинена на стільки, що розвиток офлайн-магазинів відбувається дуже повільно. За рахунок великих об'ємів закупівель дилери акумулюють продукцію у себе на складах і в сезон продають за цінами нижчими, ніж ціни в офлайн-магазинах.

Карантинні обмеження дали поштовх до розвитку власного інтернет-магазину, однак в сучасних умовах розвитку онлайн-продажів однієї онлайн-платформи недостатньо. Для того, щоб бути в «ТОП продажів» необхідно бути в «ТОП запитів» в Гугл, а для цього необхідна реклама. До того ж, щоб бути

«на очах» в онлайн-покупців Гугл пропонує додаткові види реклами (пошукова, медійна, Google-shopping та ін.)

Для оцінки ефективності каналів збуту продукції в Україні доцільно розрахувати рентабельність продажів (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

Динаміка рентабельності продажів ТОВ «ПРЕМІОРИ» в розрізі каналів збуту в Україні за період 2018-2020 рр., %

Спосіб реалізації	2018	2019	2020	Абсолютна зміна	
				2019/2018	2020/2019
Україна (дилери)	64,4	68,1	69,0	3,7	0,9
Фірмові магазини	10,0	11,3	-1,2	1,3	-12,5
Інтернет-магазин	-	-	24,9	-	17,4

Джерело: побудовано на основі опрацювання даних ТОВ «ПРЕМІОРИ»

Отже, наведені розрахунки демонструють високий рівень рентабельності продажів через дилерську мережу (>65%), та суттєве зменшення рентабельності, а в 2020 році – збитковість реалізації продукції через мережу фірмових офлайн-магазинів. Не зважаючи на те, що діяльність інтернет-магазину була розпочата у 2020 році, рентабельність продажів склала 24,9%. Наведені розрахунки демонструють високий рівень розвитку дилерської мережі та збитковість фірмових магазинів. Це свідчить про необхідність кардинальної зміни політики продажів. Існує два шляхи:

- 1) Часткове припинення співпраці з дилерами (продаж менших об'ємів) і розвиток фірмових магазинів
- 2) Закриття фірмових магазинів і фінансування розвитку інтернет-магазину.

Якщо частково припинити співпрацю з дилерами, то фірмові магазини не зможуть продавати той обсяг продукції. Тому другий варіант є найбільш реалістичним, оскільки співпраця з дилерами приносить вищий рівень рентабельності. Розвиток онлайн-платформ допоможе розширити обсяги реалізації та збільшити рентабельність діяльності. На сьогодні, інтернет-

замовлення стали невід'ємною частиною життя, а карантинні обмеження дали поштовх до розвитку та удосконалення шляхів збуту продукції. Для розвитку інтернет-магазину та просування його в «ТОП» пошукової системи Гугл необхідні додаткові витрати. У разі припинення діяльності 7-ми найефективніших фірмових магазинів (крім магазинів в Києві, Білій Церкві 1 та Дніпрі), кошти, що мали бути спрямовані на операційні та адміністративні витрати, можуть бути спрямовані на розвиток інтернет-магазину.

Аналізуючи динаміку продажів ТОВ «ПРЕМІОРИ» в розрізі ринків збуту, можемо помітити, що частка продажів в Україні в 2020 році збільшилась на 2 % порівняно з 2018 роком. Однак питома вага продажів легкових шин в Україні в порівнянні з брендами-імпортерами зменшилась на 8% за аналогічний період. Не зважаючи на пандемію COVID-19 та карантинні обмеження ринок України збільшив обсяг імпорту світових брендів шин, а ТОВ «ПРЕМІОРИ» дещо втратило свої позиції на ринку. Така ситуація свідчить про те, що насиченість українського ринку різними брендами шинної продукції вимагає підвищення зацікавленості українського споживача до власного бренду. Підприємство з майже 50-ти річним досвідом позиціонує себе як «оптимальне співвідношення ціни та якості». Висока якість продукції відповідає законодавчим нормам, міжнародним і національним стандартам, підтверджена вітчизняними та міжнародними нагородами й сертифікатами. Однак сучасному споживачу, в епоху швидкого розвитку e-commerce, різноманіття брендів, можливості вибору не достатньо позиціонування «ціна-якість». Необхідно постійно підтримувати пізнаваність бренду та зацікавлення споживача на користь українського виробника. Згаданий вище напрям покращення управління комерційною діяльністю шляхом переорієнтації на розвиток онлайн-продажів допоможе підвищити впізнаваність бренду в результаті популяризації через соціальні мережі та онлайн-платформи.

Для успішного управління комерційною діяльністю необхідно враховувати залежність і взаємопов'язаність процесів роботи відділу збуту з іншими відділами підприємства. Тому дуже важливо чітко налагодити процес

комунікації між підрозділами для успішної реалізації продукції. На сьогодні процес від прийому замовлення до оформлення документів на відвантаження товарів займає від 1 дня, при цьому на кожному з етапів необхідно зібрати чималу купу паперів. Розвиток технологій дає можливість до спрощення процесів та пришвидшення оформлення документів в електронному вигляді. Тому наступним напрямком вдосконалення управління комерційною діяльністю ТОВ «ПРЕМІОРИ» є впровадження CRM системи та автоматизація всіх можливих процесів документообігу. Це створить можливість для автоматизації повного циклу відносин зі споживачами та забезпечить необхідні засоби для управління сферами маркетингу, сервісу тощо. При цьому важливо інтегрувати CRM систему та ІТ-підприємство для повного налагодження циклу співпраці між відділами та застосування автоматизованої обробки документів для оформлення процесу транспортування вантажів.

Не менш важливим фактором в процесі управління комерційною діяльністю підприємства є налагоджена комунікація між усіма пов'язаними відділами підприємства що беруть безпосередню участь в комерційній діяльності та сприятлива атмосфера в колективі. Тому ще одним з напрямів удосконалення управління комерційною діяльністю є налагодження соціально-психологічного клімату в колективі шляхом проведення спільних зустрічей, нарад, покращення умов праці, проведення корпоративних заходів в поза робочий час, швидка реакція при виникненні будь-яких конфліктних ситуацій та впровадження заходів для попередження конфліктів. Такі заходи допоможуть покращити продуктивність праці та налагодити комунікацію між відділами.

3.2. Прогнозна оцінка ефективності запропонованих напрямів з вдосконалення управління комерційною діяльністю

За результатами проведеного дослідження можемо стверджувати, що процес управління комерційною діяльністю підприємства є складним, багатогранним явищем, котре залежить від багатьох факторів, і включає взаємопов'язаність процесів починаючи від виробництва продукції до відвантаження готової продукції.

Здійснивши комплексну оцінку управління комерційною діяльністю ТОВ «ПРЕМІОРИ» можемо дійти однозначного висновку, що ефективність управління комерційною діяльністю залежить не тільки від обсягів реалізації продукції, рівня задоволеності покупців, якості продукції, але й від налагоджених процесів пов'язаних зі збутом продукції в середині компанії. Збільшення обсягів реалізації продукції, продаж товарів не лише в Україні, а й за її межами, багаторічний досвід свідчить про успішність діяльності компанії. Однак розрахунок показників ефективності комерційної діяльності та рентабельності свідчить про зменшення ефективності управління комерційною діяльністю.

Запропоновані шляхи покращення управління комерційною діяльністю допоможуть підвищити показники рентабельності та ефективності діяльності. Припинення роботи 7-ми офлайн-магазинів дозволить акумулювати кошти в розвиток інтернет-магазину. За попередніми розрахунками загальні витрати усіх магазинів на місяць в середньому складають 400 тис. грн. Для розвитку інтернет-магазину необхідна реклама в Гугл та інших соц-мережах (Instagram, Facebook), а також технічна підтримка роботи онлайн-магазину. На сьогодні ТОВ «ПРЕМІОРИ» використовує послуги аутсорсингу для підтримки роботи сайту. Витрати на розвиток інтернет-магазину представлені в таблиці 3.3.

Таблиця 3.3

**Витрати на розвиток інтернет-магазину ТОВ «ПРЕМІОРИ» з
розрахунку на місяць**

Послуга	Вартість
Пакет рекламних послуг Гугл	50 тис. грн.
Рекламні послуги Facebook	10 тис. грн.
Реклама в блогерів Instagram	100 тис. грн.
Відео-контент Youtube	від 5 тис. грн.
Технічна підтримка роботи онлайн-магазину	30 тис. грн.
Всього витрат	195 тис. грн.

Джерело: розроблено автором

Наведені розрахунки демонструють загальні витрати на розвиток та просування онлайн-магазину. На сьогодні, рекламні послуги потребують фінансових вкладень, оскільки конкуренція на ринку зростає, а розвиток e-commerce відбувається дуже швидко. В результаті закриття офлайн-магазинів основні зусилля та фінансові можливості будуть акумульовані в розвиток інтернет-магазину, що дозволить розширити аудиторію споживачів та запропонувати вигідні умови онлайн-покупок.

Варто зазначити, що на сьогодні створення сайту з асортиментом та цінами не достатньо для успішного здійснення продажів онлайн. Важливу роль відіграє саме успішна реклама та постійна присутність на ринку. Отже, запропоновані зміни в подальшому дозволять покращити показники діяльності підприємства (табл. 3.4, рис. 3.1).

Таблиця 3.4

**Динаміка показників діяльності інтернет-магазину ТОВ «ПРЕМІОРИ» з
урахуванням планових значень**

Показник	Факт (2020 р.)	План (2021 р.)	Зміна, %
Обсяг реалізації, шт.	1 794	15 000	736
Дохід від реалізації, тис. грн	1 118	12 750	1040
Адміністративні витрати, тис. грн	360	650	81
Витрати на розвиток (рекламу), тис. грн	480	2 340	388
Прибуток, тис. грн	278	9 760	3404
Рентабельність продажів, %	24,90	76,55	

Джерело: розроблено автором

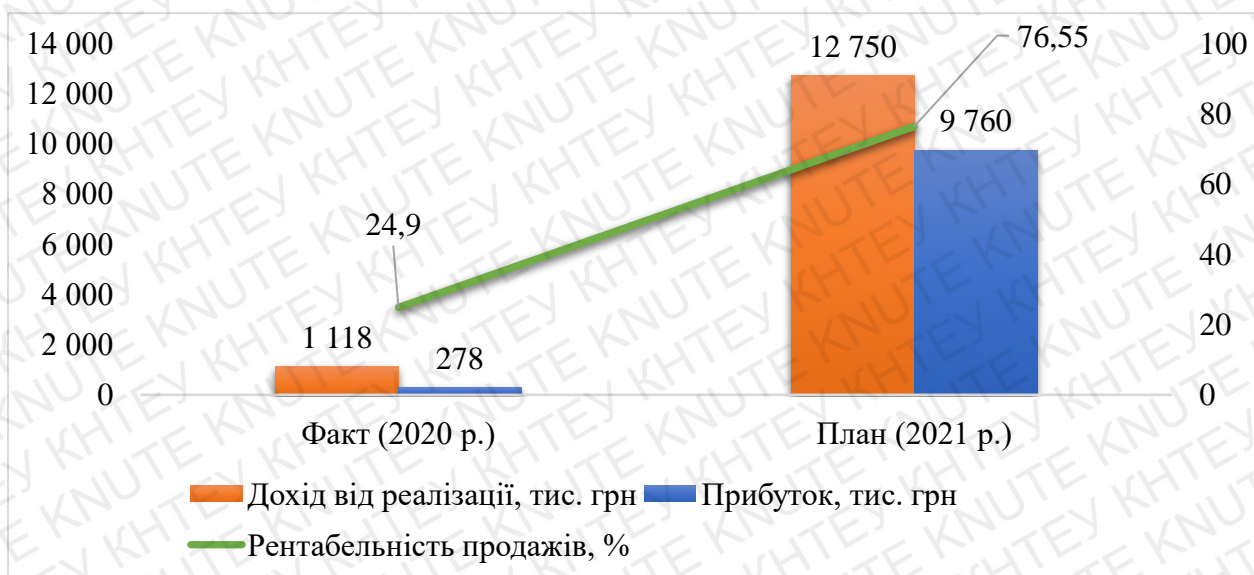


Рис. 3.1. Динаміка показників діяльності інтернет-магазину ТОВ «ПРЕМІОРИ» з урахуванням планових значень

Джерело: розроблено автором

Отже, наведені розрахунки демонструють значне покращення показників діяльності інтернет-магазину. Збільшення витрат на розвиток в 4,8 разів дозволить збільшити обсяг реалізації у 8 разів, що в кінцевому випадку підвищить рентабельність продажів на 55% і рентабельність становитиме 76,55%.

На сьогодні ринок шинної продукції представлений широким асортиментом та різними брендами-виробниками, тому дуже важливо бути «на очах» у споживачів. Додатковим методом просування може стати реклама на радіо, а також відео та фото-контент у соціальних мережах. Для сучасного споживача дуже важливо бути «на очах», і якщо раніше одними з найефективніших та найпопулярніших методів реклами були участь у виставках, спонсорство, реклама на телебаченні, то на сьогодні такі канали просування є найменш ефективними. По-перше, корективи внесла пандемія і будь-які заходи офлайн стали неактуальними. По-друге, більшість свого часу людство проводить в інтернет-середовищі, телебачення відійшло на 2-ге місце. Саме тому просування онлайн, за допомогою різних соціальних мереж є найбільш ефективною.

Процес реалізації продукції охоплює роботу багатьох відділів

підприємства, тому автоматизація внутрішнього документообігу дозволить пришвидшити процес від прийому замовлення до відвантаження товару до 3-х годин. Налагодження комунікації між відділами та створення сприятливої робочої атмосфери дозволить підвищити продуктивність праці та налагодити процес управління комерційною діяльністю в цілому.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Отже, в результаті виконання випускної кваліфікаційної роботи було досліджено теоретичні та методичні аспекти управління комерційною діяльністю, проаналізовано результати управління комерційною діяльністю ТОВ «ПРЕМІОРИ», здійснено оцінку ефективності управління комерційною діяльністю ТОВ «ПРЕМІОРИ». На основі проведених досліджень та розрахунків запропоновано шляхи вдосконалення управління комерційною діяльністю ТОВ «ПРЕМІОРИ».

В сучасних умовах здійснення підприємницької діяльності важливим питанням стає забезпечення стабільного розвитку та функціонування підприємства. Саме управління комерційною діяльністю дає можливість виявити усі наявні ресурси, резерви та можливості для підвищення ефективності діяльності та забезпечення ефективності функціонування підприємства. Ефективне управління комерційною діяльністю є важливою складовою загальної діяльності підприємства, а також виступає підґрунтям створення і розвитку конкурентних переваг підприємства на основі формування унікальних комбінацій ресурсів і високих компетенцій.

Управління комерційною діяльністю не можна відокремити від системи управління підприємством, яке виконує ще й функції, пов'язані з технологічною, економічною та фінансовою діяльністю. Отже, під час оцінювання ефективності управління комерційною діяльністю необхідно враховувати взаємодію складових елементів, які утворюють цілісну систему управління підприємством.

Механізм управління комерційною діяльністю підприємства повинен відображати взаємозв'язок між управлінською та комерційною компонентами, підсистемами які їх забезпечують, зовнішнім середовищем, що дає змогу проектувати ефективну систему управління комерційною діяльністю підприємства з організаційним та економічним забезпеченням.

Аналіз ринків діяльності ТОВ «ПРЕМІОРИ» свідчить про успішний

розвиток підприємства. Незважаючи на карантинні обмеження у 2020 році загальний рівень продажів знизився лише на 0,1%. ТОВ «ПРЕМІОРИ» реалізує продукцію на всі континенти світу: Європа, Америка, Африка, колишні країни СНД, в загальному експорт складає 44% загальних продажів. Реалізація товарів на ринку України в основному здійснюється трьома каналами збуту: співпраця з дилерами, продажі через фірмові офлайн-магазини та онлайн-продажі через інтернет-магазин. Товарна продукція ТОВ «ПРЕМІОРИ» представлена наступними групами товарів: шини, покришки, обідні стрічки та камери, при цьому найбільшу частку в структурі продажів займають шини (77%). Асортимент шинної продукції досить широкий і складається з шин для легкових автомобілів, легковантажних авто, причепів, сільськогосподарської техніки, вантажних автомобілів та мототранспорту. При цьому найбільшу частку займають продажі шин для легкових автомобілів – більше 70%. Для оцінки комерційної діяльності варто розуміти загальну місткість ринку, частку конкурентів на ринку та власну частку в загальному обсязі шинної продукції на ринку України. Аналіз імпорту 2018 та 2020 рр. свідчить про зменшення частки ТОВ «ПРЕМІОРИ» на 8%. Така ситуація свідчить про послаблення позицій підприємства серед конкурентів та збільшення імпорту світових брендів шин, особливо китайських брендів економ-сегменту.

Успішність здійснення комерційної діяльності залежить від ефективної системи управління підприємством в цілому. Роботу відділу збуту не можливо уявити без налагодженої комунікації з наступними відділами підприємства: відділом маркетингу, PR та реклами, виробництвом, відділом логістики та митної служби, фінансовим та юридичним відділом. При цьому, відповідальність за успішність здійснення комерційної діяльності покладена на комерційного директора.

Динаміка показників ефективності комерційної діяльності ТОВ «ПРЕМІОРИ» свідчить про зменшення ефективності управління комерційною діяльністю ТОВ «ПРЕМІОРИ». У 2020 році загальний інтегральний показник економічної ефективності діяльності зменшився на 40,5%, також знизився

показник ефективності використання трудових ресурсів. Важливими показниками результативності та ефективності діяльності підприємства є показники рентабельності. Незважаючи на те, що у 2020 році рівень продажів зменшився лише на 0,1% порівняно з 2019 р. показники рентабельності значно зменшились, що свідчить про погіршення ефективності діяльності підприємства в цілому. Таку ситуацію можна пояснити нестабільною ситуацією на ринку у зв'язку з карантинними обмеженнями на фоні пандемії (COVID19).

Для підвищення ефективності управління комерційною діяльністю ТОВ «ПРЕМІОРИ» було запропоновано наступні заходи:

- переорієнтація офлайн-продажів в онлайн та розвиток інтернет-магазину;
- впровадження CRM системи та автоматизація всіх можливих процесів документообігу;
- налагодження соціально-психологічного клімату в колективі.

Пандемія та карантинні обмеження у 2020 році створили виклики для пошуків ефективних каналів збуту продукції. Тому одним із шляхів підвищення ефективності управління комерційною діяльністю є припинення роботи офлайн-магазинів та фінансування коштів у розвиток інтернет-продажів. Такі зміни дозволять підвищити рентабельність діяльності інтернет-магазину на 50%, з подальшою перспективою зростання.

Впровадження CRM системи та автоматизація всіх можливих процесів документообігу допоможе пришвидшити процес від прийому замовлення до відвантаження товару до 3-х годин.

Налагодження соціально-психологічного клімату в колективі дозволить підвищити продуктивність праці, створити сприятливу робочу атмосферу та налагодити процес управління комерційною діяльністю в цілому.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Виноградська А.М. Комерційне підприємництво: сучасний стан, стратегії розвитку : [моногр.] К. : Центр навч. л-ри, 2004. 807 с.
2. Дикань В. Л. Товарознавство та комерційна діяльність [Текст] : підручник / В. Л. Дикань, А. О. Каграманян, Н. Є. Каличева та ін. – Харків : УкрДУЗТ, 2018. – 362 с.
3. Криковцева Н.О. Комерційна діяльність: навч. посібник / Н.О. Криковцева, О.Б. Казакова, Л.Г. Саркісян, Л.Л. Авдеєнко, Г.А. Дяченко, Л.С. Курська, О.Н. Сахарова — К.: Центр учбової літератури, 2017. — 296 с.
4. Льовкін Г. Г. Комерційна діяльність. Основи комерції / Г. Г. Льовкін, О. А. Никифоров. М. : КноРус, 2017. 240 с.
5. Кисильова Є. Н. Організація комерційної діяльності по галузях та сферах застосування / Є.Н. Кисильова. – К. : Кондор, 2014. – 292 с.
6. Комерційна діяльність : [підручник] за ред. проф. В.В. Апопія. К. : Вид-во «Знання», 2008. 558 с.
7. Беляевский И.К. Основы коммерции: учеб метод. пособие. Московский государственный университет экономики, статистики и информатики. М.: Изд-во МЭСИ, 2005. 129 с.
8. Ансофф И. Стратегичный менеджмент. Классическое издание. СПб.: Питер, 2009. 344 с.
9. Господарський кодекс України № 436-IV від 16.01.2003 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua>
10. Ж. Крисько Сутність та види комерційної діяльності підприємства / Ж. Крисько [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/23869/1/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%8F.pdf>
11. Комерційне підприємництво: сучасний стан, стратегії розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.big-library.com.ua/book/>

12. М.Д. Гонський Сутність і зміст комерційної діяльності торговельного підприємства / Гонський М.Д. Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – Вип. 21.1
13. Д. Ю. Притула Теоретичні підходи до управління комерційною діяльністю підприємства / Притула Д. Ю. Вінниця: Видавничоредакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2015. – Вип. 21. - 648 с
14. Т. В. Воронько-Невіднича Особливості управління комерційною діяльністю аграрних підприємств / Т.В. Воронько-Невіднича, А. В. Кошулько, В. М. Карасенко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://rev.kpu.zp.ua/journals/2018/6_11_uk/26.pdf
15. Череп А. В., Ортинська О. Л. Основні аспекти комерційної діяльності підприємств. Продуктивні сили і регіональна економіка. 2008. Ч. 1. С. 198-203.
16. Г. Г. Лисак Управління комерційною діяльністю підприємства оптової торгівлі на основі ціннісних пріоритетів / Г. Г. Лисак [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2015-5_0-pages-146_151.pdf
17. Аванесов Ю.А. Основи комерції / Ю.А. Аванесов, Е.В. Васькин, А.Н. Ключко: // ТОО «Люкс-Арт», 2014. – 308 с
18. Економічні дослідження (методологія, інструментарій, організація, апробація) : навч. посіб. / за ред. А.А. Мазаракі. – 2-ге вид., допов. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2011. – 296 с.
19. Диянова С. Н., Денисова Н. И. Оптовая торговля. Организация и управление коммерческой деятельностью: учебное пособие. М.: Магистр, 2015. 382 с.
20. Комерційна діяльність: поняття, зміст та цілі. URL: http://ru.osvita.ua-vnz/reports/econo-nom_pidpr/19779/.
21. Комерційна діяльність на сучасному етапі переходу до ринку: роль та завдання. URL: http://osvita-ua/vnz/reports/econom_pidpr/197784.
22. Мішеніло Г. А., Матвеев Ю. Т. Дослідження ринку: конспект лекцій. Суми: Сумський державний університет, 2015. 185 с.

23. Мішеніло Г. А., Матвеев Ю. Т. Дослідження ринку: конспект лекцій. Суми: Сумський державний університет, 2015. 185 с.
24. Ус М. І. Комерційна діяльність підприємств [Електронний ресурс] : методичні рекомендації до практичних завдань для студентів спеціальності 075 "Маркетинг" другого (магістерського) рівня / уклад. М. І. Ус. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019. – 48 с.
25. Снежинская М. В. Трейд-маркетинг – гарантия успешной торговли, или как стимулировать оптовых и розничных торговцев / М. В. Снежинская, Н. С. Носова. – 4-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2014. – 224 с.
26. Джеффри М. Маркетинг, основанный на данных 15 ключевых показателей, которые должен знать каждый / М. Джеффри. – Москва : МИФ, 2013 – 384 с.
27. Памбухчиянц О. В. Организация и технология коммерческой деятельности : учебник / О. В. Памбухчиянц. – Москва : Дашков и К°, 2012. – 638 с.
28. Бойчик І.М. Економіка підприємства: підручник. / І.М.Бойчик. –К.: Кондор -Видавництво, 2016. – 378 с.
29. Бородіна Н. О. Маркетинг : Навч. посібник / Н. О. Бородіна. – К.: Кондор, 2014. – 362 с.
30. Бутко М. П. Виробничий менеджмент : підручник / М. П. Бутко. – К. : ЦУЛ, 2015. – 400 с.
31. Грибик І.І. Економіка та управління підприємством: теорія і практика : навч. посіб. / І. І. Грибик. – К. : Ліра-К, 2014. – 428 с.
32. Товарознавство і торговельне підприємництво : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / А.А. Мазаракі, Н.В. Притульська, В.А. Осика та ін. ; за ред. А.А. Мазаракі. – К. : Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2014. – 652 с.
33. Шарко М.В. Економіка підприємства : навч. посіб. / М.В. Шарко, Н.В. Мешкова-Кравченко, О.М. Радкевич. – Херсон : Олді-плюс, 2014. – 436 с.
34. Яркіна Н.М. Економіка підприємства : Навч. посіб. / Н. М. Яркіна. – Вид. 2-ге перероб. і доп. – К. : Видавництво Ліра-К, 2017. – 600 с.

35. Карнаушенко А.С. Аналіз сучасного стану та перспективи розвитку роздрібного товарообороту в Україні. Ефективна економіка. № 1. 2019 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2019/53.pdf

36. Данило С.І. Формування інституційно-економічного механізму регулювання розвитку роздрібної торгівлі на регіональному рівні: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.00.05. ДВНЗ "Ужгородський Національний Університет", Ужгород, 2017. 23 с.

37. Дикань В.Л. Управління бізнесом: підручник / В.Л. Дикань, С.В. Панченко, І.В. Воловельська, В.О. Маслова. — Х.: УкрДАЗТ, 2017. — 315 с.

38. Воловельська І.В. Дослідження факторів, що впливають на поведінку споживачів в сучасних умовах / І.В.Воловельська, В.О.Маслова // Вісник економіки транспорту і промисловості. — 2018. - №61. — С.117-123.

39. Підприємництво: підручник / С. В. Панченко, В. Л. Дикань, О. В. Шраменко та ін. — Харків : УкрДУЗТ, 2018. — Ч. 1. Теоретичні основи організації підприємницької діяльності. — 241 с.

40. Підприємництво: підручник / С. В. Панченко, В. Л. Дикань, О. В. Шраменко та ін. — Харків : УкрДУЗТ, 2018. — Ч. 2. Реалізація підприємницької діяльності у сучасних ринкових умовах. — 228 с.

41. Маслова В.О. Основні підходи до розробки маркетингової стратегії підприємства / В.О. Маслова, І.В. Сап'єнко. // Вісник економіки транспорту і промисловості. - 2018. - № 64. — С.277-283

42. Корнійчук А.А. Проблеми і перспективи розвитку комерційної діяльності торговельних підприємств // Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. - 2018. - № 1 (83). — С. 71-75.

43. Янчева Л.М. Теоретико-практичні аспекти управління комерційною діяльністю: монографія. / Л.М.Янчева, Г.Г.Лисак, О.А.Круглова. — Х.: Вид-во Іванченка І.С., 2016. — 210 с.

44. Белей О. І. Система процесного управління комерційною діяльністю торговельних підприємств [Електронний ресурс] / О. І. Белей, С. : Е. Белей. – Режим доступу : <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2015/2/16.pdf>.

45. Лошенко І. Р. Розвиток маркетингового управління діяльністю торговельного підприємства [Електронний ресурс] / І. Р. Лошенко. – Режим доступу : <http://chtei-knteu.cv.ua/herald/content/download/archive/2012/v1/1-2012-46.pdf>.

46. Виклики і ризики розгортання кризових процесів в Україні та напрями економічної політики їх запобігання / за ред. В. Юрчишин. Київ: Заповіт, 2017. 156 с.

47. Офіційний сайт ТОВ “ПРЕМІОРИ”: веб-сайт. URL: <https://rosava.com>

ДОДАТКИ
ДОДАТОК А

**Київський національний торговельно-економічний
університет**
Факультет економіки, менеджменту та психології
Кафедра менеджменту

**МЕНЕДЖМЕНТ:
ІМПЕРАТИВИ ТА ВИКЛИКИ**

**Збірник наукових статей студентів
заочної форми навчання, які здобувають
освітній ступінь «магістр»
за спеціальністю 073 «Менеджмент»
спеціалізацією «Управління бізнесом»**

Частина 1

Київ 2021

ЗМІСТ

ВСТУП	7
ТЕХНОЛОГІЯ ТА ФУНКЦІЇ МЕНЕДЖМЕНТУ В ОРГАНІЗАЦІЇ	
ВЕРБИЦЬКА Є. Управління маркетинговою діяльністю підприємства.....	8
ГУГАЙЛО Г. Теоретичні та методологічні основи формування системи управлінського консультування бізнесу.....	15
ГЛАДИШЕВА А. Інформаційне забезпечення управління бізнес-процесами підприємства	22
ІВАНЧЕНКО А. Управління операційною діяльністю підприємства	28
КОТОВИЧ Т. Формування ефективної системи управлінського контролю на підприємстві.....	33
КУБА Є. Проекція системного підходу на діяльність підприємства торгівлі	40
КУЧЕРЕНКО І. Діагностика організаційно-управлінської діяльності підприємства.....	44
ЛЕВЧУК К. Формування бізнес-планувань в сучасному підприємстві.....	51
МЕЛЬНИК Н. Сутність та складові процесу формування асортиментної політики роздрібних торгових підприємств	57
НАГОРНА Д. Управління підприємством на різних етапах життєвого циклу	62
НЕСТЕРЧУК Ю. Управління якістю надання послуг	69
ПАВЛЮЧИК Д. Сутність та завдання процесу управління бізнесом	72
ПАЩЕНКО О. Особливості управління комерційною діяльністю підприємства.....	77
ПІДДУБНА Т. Управління взаємовідносинами з клієнтами банку	83

9. Гетьман О.О. Економічна діагностика: [навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів] / О.О. Гетьман, В.М. Шаповал. – Київ: Центр навчальної літератури, 2017. – 307 с.
10. Костіна О.М. Діагностика та управління бізнес-процесами у контексті антикризового управління підприємством [Електронний ресурс] / О. М. Костіна // Економіка та суспільство. – 2017. – №10. – Режим доступу: <http://economyandsociety.in.ua>
11. Основи менеджменту. Теорія і практика : навч. посіб. / [Г.Є. Мошек та ін.]. Київ : Ліра-К, 2017.
12. Орлова К. Є. Теоретико-методичні засади управління економічною безпекою бізнесу. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2019.
13. Саєнко М. Г. Стратегія підприємства: Підручник. – Тернопіль: «Економічна думка». – 2016. – 390 с.
14. Смолін І. В., Дрінь О. Я. // Стратегія економічного розвитку України : зб. наук. пр. / М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана. – Київ : КНЕУ, 2017. – № 40. – С. 67–76.
15. Ходаківський О. М. Управління бізнес-процесами підприємства. Агросвіт. 2017. № 22. С. 60-64.
16. Чорнобай Л. І. Бізнес-процеси підприємства: загальна характеристика та економічна суть / Л. І. Чорнобай, О. І. Дума // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – 2013. – № 769. – С. 125-131.

Робота виконана під науковим керівництвом д-ра екон. наук, професора ДЄСВОІ Н.Е.

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ КОМЕРЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

**ПАЩЕНКО О., 1м курс ФЕМП КНТЕУ,
спеціальність «Менеджмент»,
спеціалізація «Управління бізнесом»**

У статті проаналізовано особливості управління комерційною діяльністю підприємства, визначено предмет та принципи управління комерційною діяльністю. Було проведено аналіз управління комерційною діяльністю ТОВ «ПРЕМІОРИ».

The article analyzes the features of management of commercial activity, defines the subject and principles of management of commercial activity. The analysis of management of commercial activity of LLC PREMIORI was carried out.

Актуальність теми. В сучасних умовах розвитку економіки України в механізмі функціонування підприємств відбуваються суттєві зміни, тому постає питання про забезпечення стабільного розвитку реального сектору економіки. Важливим фактором розвитку ринку товарів та послуг є активізація комерційної діяльності підприємств, що зумовлена розширенням конкурентного середовища та появою нових управлінських технологій, орієнтованих на задоволення потреб ринку.

Метою статті є дослідження та розвиток теоретико-методичних основ управління комерційною діяльністю підприємства.

Об'єктом дослідження є процес оцінки особливостей управління комерційною діяльністю підприємства.

ДОДАТОК Б

Додаток 1
до Національного положення (стандарту)
бухгалтерського обліку 1 "Загальні вимоги до фінансової звітності"

Підприємство	ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "ПРЕМІОРИ"	Дата (рік, місяць, число)	КОДИ
Регіона	КИЇВСЬКА	за КСДП/УУ	3210300000
Організаційно-правова форма господарювання	Товариство з обмеженою відповідальністю	за КОПФГ	240
Вид економічної діяльності	Виробництво гумових шин, покришок і камер, відновлення протектора сумових шин і покришок	за КВЕД	22.11
Середня кількість працівників	1 86		
Адреса, телефон	вулиця Леваневського, буд. 91, м. БІЛА ЦЕРКВА, БІЛОЦЕРКІВСЬКИЙ РАЙОН, КИЇВСЬКА обл., 09100		79078

Одиниця виміру: тис. грн. без десяткового знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма №2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)

Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):
за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку
за міжнародними стандартами фінансової звітності

v

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

А К Т И В		Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
I		2	3	4
I. Необоротні активи				
Матеріальні активи		1000	1 262	1 578
первісна вартість		1001	1 336	1 901
накопичена амортизація		1002	74	323
Незакінчені капітальні інвестиції		1005	54 775	96 851
Основні засоби		1010	364 852	425 902
первісна вартість		1011	386 303	483 659
знос		1012	21 451	57 757
Інвестиційна нерухомість		1015	-	-
первісна вартість інвестиційної нерухомості		1016	-	-
Знос інвестиційної нерухомості		1017	-	-
Довгострокові біологічні активи		1020	-	-
первісна вартість довгострокових біологічних активів		1021	-	-
Накопичена амортизація довгострокових біологічних активів		1022	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств		1030	-	-
інші фінансові інвестиції		1035	-	1 352
Довгострокова дебіторська заборгованість		1040	2 723	2 988
Відстрочені податкові активи		1045	-	-
Гривні		1050	-	-
Відстрочені аквізиційні витрати		1060	-	-
Відстрочені кошти у централізованих страхових резервних фондах		1065	-	-
Інші необоротні активи		1090	-	-
Сума за розділом I		1095	423 612	528 671
II. Оборотні активи				
Забали		1100	427 297	416 535
Вироблені запаси		1101	151 881	88 176
Сировинне виробництво		1102	-	-
Готова продукція		1103	274 690	327 606
Товари		1104	726	753
Цінні біологічні активи		1110	-	-
Відстрочені перестрашування		1115	-	-
Відстрочені зобов'язання		1120	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги		1125	135 614	175 959
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами		1130	112 369	68 477
за податку на прибуток		1135	74 072	51 070
Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів		1140	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків		1145	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість		1155	84 596	156 280
Фінансові інвестиції		1160	-	-
Сума паїв і еквіваленти		1165	32 235	46 747
Гривні		1166	74	106
Відстрочені зобов'язання		1167	31 995	46 465
Відстрочені зобов'язання у страхових резервах		1170	702	1 074
за податку на прибуток		1180	-	-
за відстроченими довгостроковими зобов'язаннями		1181	-	-

Продовження дод. Б

резервах збитків або резервах належних виплат	1182	-	-
резервах незароблених премій	1183	-	-
інших страхових резервах	1184	-	-
інші оборотні активи	1190	-	-
Усього за розділом II	1195	866 885	916 142
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-
Баланс	1300	1 290 497	1 444 813
Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
I	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	1	1
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	-	-
Капітал у дооцінках	1405	-	-
Додатковий капітал	1410	553	548
Емісійний дохід	1411	-	-
Накопичені курсові різниці	1412	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Перезподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	344 415	622 312
Неоплачений капітал	1425	(-)	(-)
Видучений капітал	1430	(-)	(-)
Інші резерви	1435	-	-
Усього за розділом I	1495	344 969	622 861
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	-	-
Пенсійні зобов'язання	1505	-	-
Довгострокові кредити банків	1510	-	-
Інші довгострокові зобов'язання	1515	-	-
Довгострокові забезпечення	1520	505	640
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	-	-
Цьлове фінансування	1525	-	-
Благодійна допомога	1526	-	-
Страхові резерви	1530	-	-
у тому числі:			
резерв довгострокових зобов'язань	1531	-	-
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	-	-
резерв незароблених премій	1533	-	-
інших страхових резерви	1534	-	-
Інвестиційні контракти	1535	-	-
Державний фонд	1540	-	-
Резерв на виплату джек-поту	1545	-	-
Усього за розділом II	1595	505	640
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Векселі видані	1605	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	907 421	747 140
розрахунками з бюджетом	1620	8 137	15 079
у тому числі з податку на прибуток	1621	8 028	14 996
розрахунками зі страхування	1625	116	93
розрахунками з оплати праці	1630	433	373
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635	28 916	58 627
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	1640	-	-
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	1645	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за страховою діяльністю	1650	-	-
Поточні забезпечення	1660	-	-
Повинні майбутніх періодів	1665	-	-
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	-	-
Усього за розділом III	1695	945 023	821 312
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	-	-
Баланс	1900	1 290 497	1 444 813



ЕП Грибовський
Ігор Віталійович
ЕП Трехліб
Олена
Анатоліївна

Грибовський Ігор Віталійович

Трехліб Олена Анатоліївна

Згідно з порядком, встановленому центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері статистики.

Продовження дод. Б

Підприємство	ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "ПРЕМІОРІ"	Дата (рік, місяць, число) за ЄДРПОУ	КОДИ		
			2020	01	01
(найменування)		39848510		ДОКУМЕНТ ПРИЙНЯТО	
Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) за Рік 2019 р.		Форма N2 Код за ДКУД			
		1801003			

І. 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	2 847 878	3 033 141
Чисті зароблені страхові премії	2010	-	-
премії підписані, валова сума	2011	-	-
премії, передані у перестраховання	2012	-	-
зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	-	-
зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	-	-
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(2 444 405)	(2 636 093)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	-	-
Валовий:			
прибуток	2090	403 473	397 048
збиток	2095	(-)	(-)
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	-	-
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	-	-
зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	-	-
зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	-	-
Інші операційні доходи	2120	136 492	86 222
у тому числі:	2121	-	-
дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю			
дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	-	-
дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	-	-
Адміністративні витрати	2130	(14 903)	(13 704)
Витрати на збут	2150	(121 747)	(143 299)
Інші операційні витрати	2180	(64 340)	(43 354)
у тому числі:	2181	-	-
витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю			
витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	-	-
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	338 975	282 913
збиток	2195	(-)	(-)
Доход від участі в капіталі	2200	-	-
Інші фінансові доходи	2220	267	243
Інші доходи	2240	1 334	56
у тому числі:	2241	-	-
дохід від благодійної допомоги			
Фінансові витрати	2250	(1)	(4)
Втрати від участі в капіталі	2255	(-)	(-)
Інші витрати	2270	(5)	(11 260)
(Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	-	-

Продовження дод. Б

Продовження додатка 2

Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	340 570	271 948
збиток	2295	(-)	(-)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	(62 673)	(43 282)
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	-	-
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	277 897	228 666
збиток	2355	(-)	(-)

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	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	277 897	228 666

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	2 413 833	2 621 236
Витрати на оплату праці	2505	9 387	7 510
Відрахування на соціальні заходи	2510	1 855	1 709
Амортизація	2515	36 555	21 015
Інші операційні витрати	2520	196 263	144 396
Разом	2550	2 657 893	2 795 866

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	-	-



Грибовський
Ігор Віталійович
ЕП Трехліб
Олена
Анатоліївна

Грибовський Ігор Віталійович

Трехліб Олена Анатоліївна

ДОДАТОК В

Додаток 1
до Національного положення (стандарту)
бухгалтерського обліку 1 "Загальні вимоги до фінансової звітності"

Підприємство **ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "ПРЕМІОРИ"** Дата (рік, місяць, число) _____
Територія **КИЇВСЬКА** за СДРПОУ _____
Організаційно-правова форма господарювання **Товариство з обмеженою відповідальністю** за КОАТУУ _____
Вид економічної діяльності **Виробництво гумових шни, покритшок і камер; відновлення протектора сумових шни і покритшок** за КОПФГ _____ за КВЕД _____
Середня кількість працівників **1 289**
Адреса, телефон **вулиця Леваневського, буд. 91, м. БІЛА ЦЕРКВА, БІЛОЦЕРКІВСЬКИЙ РАЙОН, КИЇВСЬКА обл., 09100** 79078

КОДИ		
2021	01	01
39848510		
3210300000		
240		
22.11		

Одиниця виміру: тис. грн. без десятичного знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма №2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)

Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):
за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку
за міжнародними стандартами фінансової звітності

v

Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31 грудня 2020 р.

Форма №1 Код за ДКУД 1801001

А К Т И В	Код рядка	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	1 578	2 008
первісна вартість	1001	1 901	2 634
накопичена амортизація	1002	323	626
Незавершені капітальні інвестиції	1005	96 851	101 457
Основні засоби	1010	425 902	550 643
первісна вартість	1011	483 659	649 723
знос	1012	57 757	99 080
Інвестиційна нерухомість	1015	-	-
Первісна вартість інвестиційної нерухомості	1016	-	-
Знос інвестиційної нерухомості	1017	-	-
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
Первісна вартість довгострокових біологічних активів	1021	-	-
Накопичена амортизація довгострокових біологічних активів	1022	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	-	1 591
інші фінансові інвестиції	1035	1 352	1 352
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	2 988	5 909
Відстрочені податкові активи	1045	-	-
Гудвіл	1050	-	-
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	-	-
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-
Усього за розділом I	1095	528 671	662 960
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	416 535	371 760
Виробничі запаси	1101	88 176	204 633
Незавершене виробництво	1102	-	-
Готова продукція	1103	327 606	166 531
Товари	1104	753	596
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Депозити перестраховування	1115	-	-
Векселі одержані	1120	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	175 959	181 764
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	68 477	42 082
з бюджетом	1135	51 070	34 598
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів	1140	-	21
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	156 280	182 357
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	46 747	198 626
Готівка	1166	106	35
Рахунки в банках	1167	46 465	198 559
Витрати майбутніх періодів	1170	1 074	2 222
Частка перестраховика у страхових резервах у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань	1180 1181	- -	- -

Продовження дод. В

резервах збитків або резервах належних виплат	1182	-	-
резервах незароблених премій	1183	-	-
інших страхових резервах	1184	-	-
Інші оборотні активи	1190	-	-
Усього за розділом II	1195	916 142	1 013 430
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-
Баланс	1300	1 444 813	1 676 390

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	1	2
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	-	-
Капітал у дооцінках	1405	-	-
Додатковий капітал	1410	548	854
Емісійний дохід	1411	-	-
Накопичені курсові різниці	1412	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	622 312	755 010
Неоплачений капітал	1425	(-)	(-)
Вилучений капітал	1430	(-)	(-)
Інші резерви	1435	-	-
Усього за розділом I	1495	622 861	755 866
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	-	-
Пенсійні зобов'язання	1505	-	-
Довгострокові кредити банків	1510	-	-
Інші довгострокові зобов'язання	1515	-	-
Довгострокові забезпечення	1520	640	-
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	-	-
Цільове фінансування	1525	-	-
Благодійна допомога	1526	-	-
Страхові резерви	1530	-	-
у тому числі:	1531	-	-
резерв довгострокових зобов'язань		-	-
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	-	-
резерв незароблених премій	1533	-	-
інші страхові резерви	1534	-	-
Інвестиційні контракти	1535	-	-
Призовий фонд	1540	-	-
Резерв на виплату джек-поту	1545	-	-
Усього за розділом II	1595	640	-
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Векселі видані	1605	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	747 140	831 906
розрахунками з бюджетом	1620	15 079	33 489
у тому числі з податку на прибуток	1621	14 996	32 740
розрахунками зі страхування	1625	93	578
розрахунками з оплати праці	1630	373	2 130
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635	58 627	49 867
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	1640	-	-
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	1645	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за страховою діяльністю	1650	-	-
Поточні забезпечення	1660	-	2 554
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	-	-
Усього за розділом III	1695	821 312	920 524
IV. Зобов'язання, пов'язані з оборотними активами, утримувані для продажу, та групами вибуття	1700	-	-
V. Чиста вартість акцій недержавного пенсійного фонду	1800	-	-
Баланс	1900	1 444 813	1 676 390

Керівник

Головний бухгалтер

Грибовський Ігор Віталійович

Трехліб Олена Анатоліївна

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

Продовження дод. В

Підприємство	ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "ПРЕМІОРИ" (найменування)	Дата (рік, місяць, число) за ЄДРПОУ	КОДИ		
			2021	01	01
			39848510		

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за Рік 2020 р.

Форма N2 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	2 743 402	2 847 878
Чисті зароблені страхові премії	2010	-	-
премії підписані, валова сума	2011	-	-
премії, передані у перестраховання	2012	-	-
зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	-	-
зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	-	-
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(2 332 687)	(2 444 405)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	-	-
Валовий:			
прибуток	2090	410 715	403 473
збиток	2095	(-)	(-)
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	-	-
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	-	-
зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	-	-
зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	-	-
Інші операційні доходи	2120	123 451	136 492
у тому числі:	2121	-	-
дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю			
дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	-	-
дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	-	-
Адміністративні витрати	2130	(34 154)	(14 903)
Витрати на збут	2150	(102 159)	(121 747)
Інші операційні витрати	2180	(222 347)	(64 340)
у тому числі:	2181	-	-
витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю			
витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	-	-
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	175 506	338 975
збиток	2195	(-)	(-)
Доход від участі в капіталі	* 2200	-	-
Інші фінансові доходи	2220	661	267
Інші доходи	2240	-	1 334
у тому числі:	2241	-	-
дохід від благодійної допомоги			
Фінансові витрати	2250	(2 180)	(1)
Втрати від участі в капіталі	2255	(-)	(-)
Інші витрати	2270	(-)	(5)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	-	-

Продовження дод. В

Продовження додатка 2

Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	173 987	340 570
збиток	2295	(-)	(-)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	(38 714)	(62 673)
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	-	-
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	135 273	277 897
збиток	2355	(-)	(-)

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	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	306	-
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	306	-
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	-	-
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	306	-
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	135 579	277 897

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	2 363 207	2 413 833
Витрати на оплату праці	2505	39 335	9 387
Відрахування на соціальні заходи	2510	8 752	1 855
Амортизація	2515	15 460	36 555
Інші операційні витрати	2520	100 439	196 263
Разом	2550	2 527 193	2 657 893

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

Грибовський Ігор Віталійович

Головний бухгалтер

Трехліб Олена Анатоліївна

