

Міністерство освіти і науки України
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

Факультет економіки та менеджменту

(повна назва факультету)

Кафедра економічної кібернетики

(повна назва кафедри)

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня

магістр

(назва освітнього ступеня)

на тему: Оцінка ефективності вдосконалення стратегії розвитку збутової діяльності підприємства в контексті виходу на нові ринки (на прикладі Литовської компанії JSC «BREMENA»)

Виконав(ла): студент(ка) 6 курсу, групи ПКМ-61
спеціальності 051 «Економіка»

(шифр і назва спеціальності)

Драч В. П.
(прізвище та ініціали)

(підпис)

Керівник

(підпис)

Гарматій Н. М.

(прізвище та ініціали)

Нормоконтроль

(підпис)

Берестецька О.М.

(прізвище та ініціали)

Завідувач кафедри

(підпис)

Дмитрів Д.В.

(прізвище та ініціали)

Рецензент

(підпис)

Кіляр О.Р.

(прізвище та ініціали)

Тернопіль
2020

АНОТАЦІЯ

Драч В.П. «Оцінка ефективності вдосконалення стратегії розвитку збутової діяльності підприємства в контексті виходу на нові ринки (на прикладі Литовської компанії JSC «BREMENA»)»

Дослідження на здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня магістр напряму підготовки 051 «Економіка»- Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя.- Тернопіль.2020.

Випускна роботу виконано на 71 аркушах, містить 21 рисунок, 22 таблиці.

Об'єктом дослідження магістерської роботи є фінансова діяльність UAB BREMENA

Предметом дослідження магістерської роботи є програма вдосконалення збутової політики промислового підприємства, реалізація якої безпосередньо впливає на підвищення ефективності діяльності промислового підприємства.

Методи дослідження – Під час дослідження було застосовано наукові методи: SWOT-аналіз, розрахунок темпу приросту, абсолютного, відносного відхилення, фінансовий аналіз, оцінка ефективності інвестиційного проекту, розрахунок чистої теперішньої вартості NPV та IP.

В першому розділі розглянуто теоретичні аспекти, наукові дослідження та сучасні методи вдосконалення стратегії розвитку збутової діяльності підприємства. Досліджено наукові аспекти та вплив інноваційних підходів до управління збутовою діяльністю промислових підприємств. Проведено аналіз ринку надання послуг по теплоізоляції. У другому розділі проведено аналіз фінансових показників на основі бухгалтерських та фінансових звітів, та розраховано основні фінансові показники, які визначають фінансовий стан підприємства. У третьому розділі використовуючи методи динамічного моделювання на підприємстві досліджено розрахунок поступлення та видачі товарів теплоізоляції, та змодельовано процес збуту товарів через купівлю в Інтернет- магазині підприємств. Та запропоновано алгоритм використання пакету програми MatLab 6.1 для побудови нечіткої моделі управління запасами

на сучасних фірмах та компаніях; У четвертому розділі проведено аналіз стану охорони праці та безпеки у надзвичайних ситуаціях в компанії UAB BREMENA

Ключові слова: збутова діяльність; нові ринки збуту; використання пакету програми MatLab 6.1; SWOT-аналіз; метод динамічного моделювання на підприємстві.

SUMMARY

Drach V.P. Assessment of development strategy improvement efficiency of enterprises sales activity under new markets conditions (Lithuanian company “SC «BREMENA” as a case study)

Research to obtain the educational and qualification level of master on the course 051 "Economics" - Ternopil National Technical University named after Ivan Pulyuy.- Ternopil.2020.

The final work is made on 71 sheets, contains 21 figures, 22 tables.

The object of the master's thesis is the financial activity of UAB BREMENA

The subject of research of the master's work is the improvement program of sales policy of the industrial enterprise the implementation of which directly affects the efficiency of the industrial enterprise.

Research methods - During the research were used following scientific methods: SWOT-analysis, calculation of growth rate, absolute, relative deviation, financial analysis, evaluation of investment project efficiency, calculation of net present value of NPV and IP.

The first section discusses the theoretical aspects, research and modern methods of the company sales activities improvement of the enterprise. Scientific aspects and influence of innovative approaches to management of sales activity of industrial enterprises are investigated. The analysis of the market of rendering of thermal insulation services is carried out. The second section analyzes the financial indicators on the basis of accounting and financial statements, and calculates the main financial indicators that determine the financial condition of the enterprise. In the third section, using the methods of dynamic modeling at the enterprise, the calculation of receipt and issuance of thermal insulation products are investigated, and the process of selling goods through purchase in the online store of enterprises is modeled. An algorithm for using the MatLab 6.1 software package to build a fuzzy inventory management model for modern firms and companies was offering, and the fourth section analyzes the state of labor protection and safety in emergencies at UAB BREMENA

Key words: sales activity; new markets; use of the MatLab 6.1 software package; SWOT analysis; method of dynamic modeling at the enterprise.

ЗМІСТ

ВСТУП	9
1.ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНИЙ РОЗДІЛ	12
1.1Наукові дослідження та сучасні методи вдосконалення стратегії розвитку збутової діяльності підприємства	12
1.2Аналіз ринку надання послуг по теплоізоляції та встановлення класичного та екологічного обладнання на ринку Литви та України	17
2.АНАЛІТИЧНО-ДОСЛІДНИЦЬКИЙ РОЗДІЛ	22
2.1Аналіз фінансово-економічної діяльності UABVremena	22
2.2. SWOTаналіз 2016-2019 років сильні слабкі сторони підприємства	41
3.ПРОЕКТНО-РЕКОМЕНДАЦІЙНИЙ РОЗДІЛ	45
3.1 Розрахунок поступлення та видачі товарів теплоізоляції методом динамічного моделювання на підприємстві	45
3.2 Моделювання процесу збуту товарів через купівлю в Інтернет- магазині підприємств з використанням нечіткої мережі	50
3.3.Алгоритм використання пакету програми MatLab 6.1 для побудови нечіткої моделі управління запасами на сучасних фірмах та компаніях	55
4.ОХОРОНА ПРАЦІ ТА БЕЗПЕКА У НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЯХ	63
4.1.Управління ЦЗ та регулюванням на НС на підприємстві відповідного профілю (за напрямками підготовки)	65
ВИСНОВКИ	68
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	70
ДОДАТКИ	72

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Збутова політика компаній є однією із головних підсистем для забезпечення функціонування підприємства. Не рідко можна спостерігати допущенні такі помилки: встановлена вартість послуг не може гнучко реагувати на зміни ринкових умов; орієнтування цін на витрати; малоефективні канали збуту та застарілий пошук нових клієнтів. Вказані та багато інших недоліків можуть завдати підприємству великих збитків або і навіть призвести до банкрутства.

Проблемам збутових систем були присвячені роботи авторів: Р.А. Лобанової, Д.Ю. Богатова, А.В. Чорнової. До авторів зарубіжних робіт слід віднести Акулича М.В., Д. Евансом, Бурцева В.В. У роботах спеціалістів принципи управління збутом продукції компаній наведені в досить розгорнутих виглядах, але однозначної думки по вказаній проблемі в них поки що не сформовано.

Дослідження вищевказаних науковців сприяли розвитку теорії й формуванню систем контролю продаж, успішному застосуванню на практиці рекомендацій, направлених на збільшення гнучкості й повноти збуту, посиленню його ролі в збутовій політиці.

Усі компанії та організації стикаються з проблемою ціноутворення своїх товарів чи послуг. Ціна була і залишається найважливішим критерієм для прийняття споживчих рішень. Щоб продати свою продукцію чи послуги на ринку, виробники повинні встановити ціни, прийнятні для покупців, інакше вони не зможуть успішно продаватись на ринку. Тому компаніям потрібно вибрати правильну стратегію ціноутворення.

Мета і завдання дослідження. Метою цього дослідження є вдосконалення методів оцінки впливу інструментів збутової діяльності на створення попиту та стимулювання збуту на продуктивність компанії в області її послуг. Відповідно до цієї мети магістерської роботи необхідно вирішити такі завдання:

1. Проаналізувати економічну літературу методології для оцінки впливу інструментів на зростання об'ємів збуту та інших ключових економічних показників.

2. Дослідити залежність продажів від зростаючого попиту та вибрати найбільш ефективний метод для продажів.
3. Удосконалення методики ідентифікування зміни об'єму продажів продукції від використаних засобів стимулювання збуту.
4. Створення бізнес-плану, написання чітких етапів за для збільшення обсягів збуту продукції компанії.
5. Розробка організаційних заходів для впровадження запропонованих оптимізацій;
6. Обґрунтування вигоди від рекомендованих заходів;
7. Аналіз фінансово-економічної доцільності що до впровадження запропонованих заходів для збільшення обсягів продаж продукції компанії.

Об'єктом дослідження магістерської роботи є фінансова діяльність Uab Bremana

Предметом дослідження магістерської роботи є програма вдосконалення збутової політики промислового підприємства, реалізація якої безпосередньо впливає на підвищення ефективності діяльності промислового підприємства.

Методи дослідження. Під час дослідження було застосовано наукові методи: SWOT-аналіз., розрахунок темпу приросту, абсолютного, відносного відхилення, фінансовий аналіз, оцінка ефективності інвестиційного проекту, розрахунок чистої теперішньої вартості NPV та IP.

Інформаційною основою дослідження є законодавчо-нормативна база Литви, а також роботи вітчизняних та зарубіжних вчених з питань збутової діяльності на підприємстві, фінансова звітність підприємства, ресурси Internet. В роботі використані нормативні та методичні матеріали з питань прогнозування, моделювання економічних показників збутової діяльності.

Методи та практичні пропозиції щодо вдосконалення збутової діяльності промислових підприємств можуть бути застосовані не лише в промислових підприємствах, але й до підприємств інших організацій та установ сфери послуг та продажі. Результати можуть бути використані для підготовки фахівців з управління збутовою діяльністю, маркетологів, логістичного персоналу та

інших фахівців, які беруть участь в організації виробничих процесів в промислових компаніях.

Вперше було проведено моделювання динамічної моделі запасів Уілсона методикою кластерного аналізу з використанням новітнього програмного забезпечення MatLab та визначено якому кластеру відповідає досліджуване підприємство «UabВремена».

Структура й обсяг дипломної роботи. Дипломна робота викладена на 71 сторінках, складається із вступу, шести розділів, висновків та списку використаної літератури (21 найменування), а також додатків. Робота складається з 21 рисунків та 22 таблиць.

1.ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНИЙ РОЗДІЛ

1.1Наукові дослідження та сучасні методи вдосконалення стратегії розвитку збутової діяльності підприємства

Проблеми формування стратегії підприємств, що працюють на спеціалізованих ринках, є актуальними в період активного становлення та розвитку національного ринку. Особливе місце в структурі цих проблем займає планування, формування та розвиток мереж дистрибуції та виявлення потенціалу збуту.

Проаналізуємо та розглянемо підходи до визначення «збутова діяльність» у роботах вітчизняних та зарубіжних вчених (табл.1.1.1).

Таблиця 1.1.1

Визначення поняття «збутова діяльність» у науковій літературі

Автор	Трактування
1	2
Ляпунов А.Д. [1]	Діяльність підприємства по доведенню товарів від виробника до споживачів.
В. Наумов [2]	Система відносин у сфері товарно-грошового обміну між економічно та юридично незалежними суб'єктами ринку, що мають комерційні інтереси.
БраунК. [3]	Сукупність дій, які здійснюються з тієї миті, як продукт в тій формі, в якій він використовуватиметься, поступає на комерційне підприємство або до комерційного виготівника, до того моменту як споживач закупає його
Кальченко А.Г.[4]	Процес організації товарного обміну готової продукції з метою одержання підприємницького прибутку
Лук'янець Т.І. [5]	Процес просування готової продукції на ринок та організацію товарного обміну з метою одержання підприємницького прибутку
МайбогінаН.В. [6]	Комплекс відносин, які включають юридичні, комерційні та технологічні операції
Л. В. Балабанова,А.В. Балабаниц[7].	Все те, що забезпечує максимальну вигоду торговельної угоди для кожного з партнерів при першочерговому врахуванні інтересів і вимог проміжного чи кінцевого споживача

1	2
В. Н. Наумов[8]	Сукупність заходів, котрі проводяться після виходу продукції за межі території виробника
В. Бурцев [9]	Реалізація економічного інтересу виробника (отримання підприємницького прибутку) на основі задоволення платоспроможного попиту споживачів
Глазкова К.О. [10], П.І. Белінський[11].	Процес просування готової продукції на ринок та організації товарного обміну з метою отримання підприємницького прибутку.
Д. Баркан[12]	Сфера діяльності підприємства, спрямована на реалізацію продукції на певних ринках.

Виходячи з цього, управління збутом передбачає розробку, планування, координацію, організацію та контроль відповідних заходів та ключових показників ефективності та просування на ринку товарів з метою встановлення перспективних довготривалих відносин з діловими партнерами через стратегічне партнерство.

Спільна реалізація стратегічних і тактичних управлінських рішень підприємства щодо збуту товарів сприяє формуванню оптимальної системи збутової діяльності з урахуванням запитів споживачів і можливостей підприємства стосовно їх задоволення з найбільшою ефективністю для обох сторін[13]. Управління збутовою діяльністю представимо на рис.1.1.1



Рис. 1.1.1 Система управління збутовою діяльністю промислового підприємства[13].

Інноваційний компонент технологічного процесу виготовлення виробу має значний вплив. Часто на підприємствах виникає ситуація, коли технологічні параметри виробництва, якісні та кількісні показники заздалегідь обговорюються з майбутнім покупцем продукції, тому для більшості промислових підприємств, на відміну від комерційних, характерно стимулювання продажів та пошук ділових партнерів до остаточного виробництва продукції. Цей факт є практикою для великих машинобудівних підприємств і дозволяє одразу сформувати портфель замовлень, зменшити витрати на складування для зберігання продукції, логістичні витрати, вжити заходів щодо стимулювання продажів. Проблеми управління збутовою діяльністю представимо на рис.1.1.2.



Рис.1.1.2. Проблеми управління збутовою діяльністю промислових підприємств

Планування діяльності збуту є одним із найважливіших пріоритетів у стратегічному розвитку підприємства, оскільки результати ефективної організації маркетингової діяльності мають безпосередній вплив на результати ділової діяльності підприємства в цілому.

Багато маркетологів у світі, включаючи японців, наголошують на першості маркетингової діяльності в загальній маркетинговій системі, вважаючи, що товарна система лежить в основі всіх маркетингових зусиль для підвищення конкурентної позиції товару та підприємства на ринку [28].

- розробка та реалізація стратегії розподілу - передбачає вибір типу каналу дистрибуції (система збутового маркетингу), визначення ступеня інтенсивності дистрибуції та структури каналу розподілу, а отже, прийняття політичних рішень у сфері співпраці з посередниками та управління відносинами;

- вибір стратегії просування товару через канал дистрибуції - окреслює тип комунікаційної політики на каналі збуту (стратегія PUSH- та PULL), зосереджуючи зусилля на заохоченні та стимулюванні або кінцевих споживачів, або продавців;

- забезпечення маркетингово-логістичних процесів - охоплює реалізацію політики щодо обробки замовлень, складування та формування запасів, транспортування продукції тощо;

- мотивація торгового персоналу - визначає реалізацію принципів управління збутовим персоналом і є основою формування культури збуту, системи розвитку персоналу та матеріальних та нематеріальних стимулів, сфери корпоративних комунікацій, підходів до оцінки результатів роботи.

Таким чином, ми встановили, що збутова діяльність промислових підприємств займає провідне місце в системі управління, зокрема, має мету, підпорядковану стратегічному розвитку управління підприємством, спрямовану на формування системи забезпечення з урахуванням галузевих особливостей, проблеми внутрішнього та зовнішнього характеру. Використання науково обґрунтованих підходів до управління збутовою діяльністю промислових підприємств дозволить керівникам приймати ефективні та дієві рішення.

1.2 Аналіз ринку надання послуг по теплоізоляції та встановлення класичного та екологічного обладнання на ринку Литви та України

За даними Державного агентства з енергоефективності та енергозбереження, 80% житлового фонду в Україні потребує утеплення [33]. В умовах підвищення тарифів на енергоносії, популяризації енергоефективних рішень люди почали активніше вкладати свої гроші в термомодернізацію житла. Ринок вимагає якісних утеплювальних матеріалів. Результати дослідження На думку експертів Агентства промислового маркетингу (спеціалізованих на ринках енергоефективних матеріалів та технологій з 2005 року в 10 країнах), при порівнянні витрат, спрямованих на населення для підвищення енергоефективності своїх будинків, найбільша частка займає близько 57, 3% усіх інвестицій. Тільки 32,4% займають утеплення фасаду в цій конструкції. Решта 10,3% припадає на опалювальне обладнання. Більше того, таке часткове співвідношення практично зберігається з року в рік, а переповнення відбувається лише на рівні декількох відсотків [34].

Результати дослідження. За підсумками 2018 р., ринок теплоізоляційних матеріалів в Україні становив 8.4 млн м³ . Згідно з розподілом часток складових кам'яна вата займає близько 37 %, скловата – 27, пінополістирол – 31, екструдований пінополістирол – 5 % [35]. На рис. 1.2.1 наведено обсяги виробництва теплоізоляційних матеріалів в Україні в 2013–2018 рр.

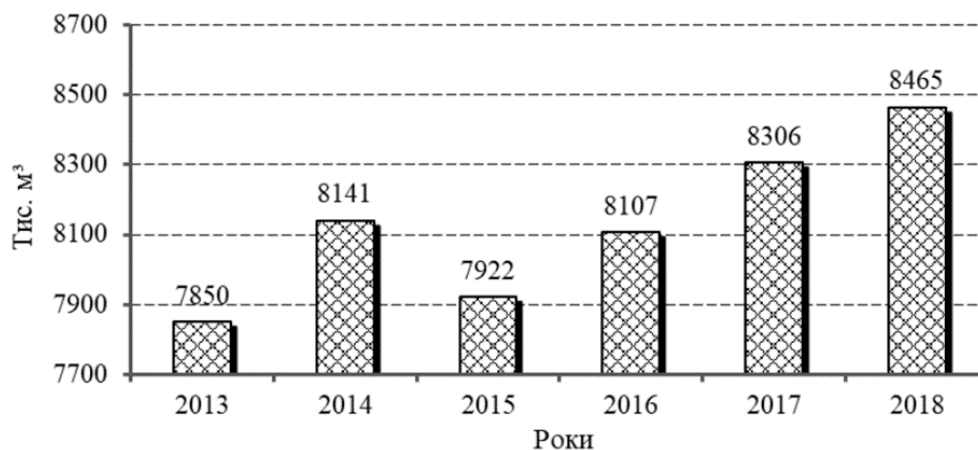


Рис. 1.2.1 Виробництво теплоізоляційних матеріалів в Україні в 2013–2018 рр.

Останніми чотирма роками простежується чітка тенденція збільшення обсягів виробництва теплоізоляційних матеріалів на ринку, що є позитивною динамікою. Полімерні теплоізоляційні матеріали становлять майже 36 % ринку теплоізоляційних матеріалів України, динаміку виробництва яких наведено на рис. 1.2.2 [36].

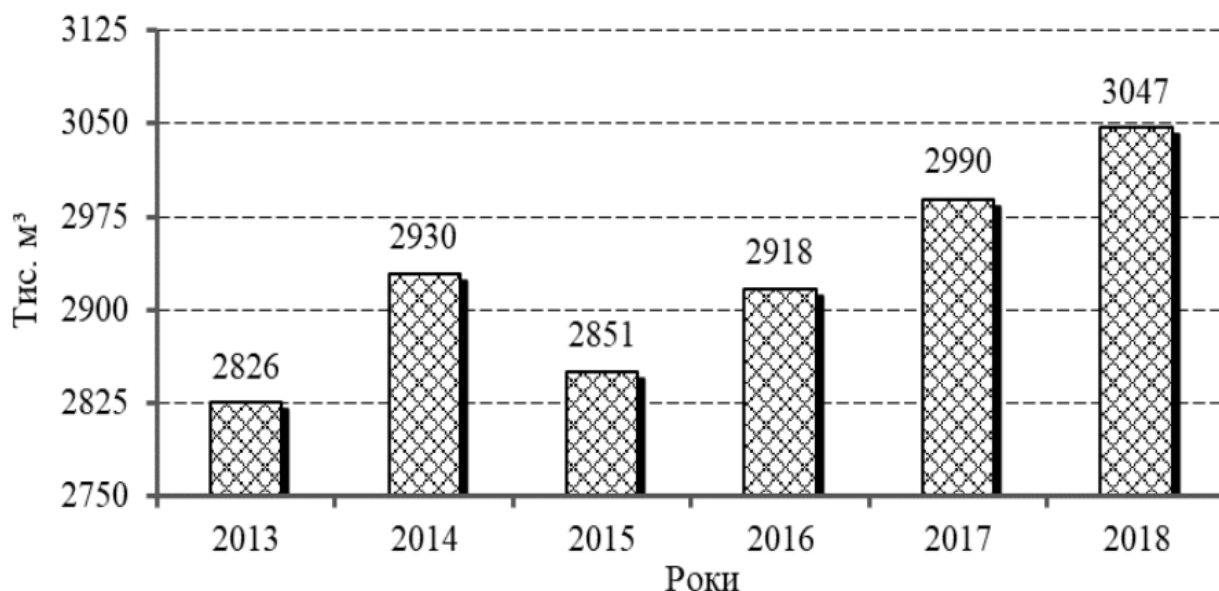


Рис. 1.2.2 Обсяги виробництва полімерних теплоізоляційних матеріалів в Україні в 2013–2018 рр.

Джерело: за матеріалами United Nations Comtrade Database [37].

Тенденція збільшення обсягів виробництва полімерних теплоізоляційних матеріалів у 2017 році порівняно з 2016 роком на 0,72 млн м³, а у 2018 році проти попереднього - на 0,57 млн м³. В даний час в Україні представлений досить широкий асортимент полімерних ізоляційних матеріалів з більш ніж сотнями великих та малих підприємств, широко розповсюдженою дилерською мережею, включаючи таких дистриб'юторів, як ТОВ "Будмакс", ТОВ "Айперон", ТОВ ПТК "Агромат".

Полімерні теплоізоляційні матеріали - це матеріали, призначені для ізоляції теплових потоків. Вони використовуються для запобігання втрат тепла всередині будівлі, зберігаючи певну температуру. Побудова практично будь-якої будівельної конструкції передбачає їх встановлення та утеплення [38].

Встановлено, що середні ціни на теплоізоляційні матеріали іноземного походження вище, ніж собівартість продукції вітчизняного виробника. Це пояснюється більш високим технологічним рівнем потужностей зарубіжних виробників.

Сектор полімерних теплоізоляційних матеріалів привабливий як для вітчизняних, так і для іноземних інвесторів. Це пов'язано з покращенням макроекономічної ситуації в Україні, наявністю сировини, розвитком сектору торгівлі будівельними матеріалами та зростанням капітального будівництва. Кількість інвесторів та обсяг інвестицій все ще недостатній, що зумовлено недосконалістю обладнання існуючих підприємств, нестабільністю політичної ситуації тощо. Таким чином, основними споживачами зольних мікросфер для їх використання як наповнювача при модифікації композицій полімерних ізоляційних матеріалів в Україні є суб'єкти будівельної галузі, а саме комерційні та некомерційні підприємства, муніципальні об'єднання будівельного сектору, виробництво кооперативи, вузькоспеціалізовані приватні компанії, що працюють у виробничому секторі будівельного сектору.

Для проведення аналізу та порівняння розглянемо приклад роботилитовської компанії Бремена

Оскільки Бремена зосереджується на охороні природи та зменшенні споживання енергії, баченням компанії є виведення екологічно чистого продукту на ринок, а місія може бути визначена як піклування про природу та добробут людини, економія енергії.

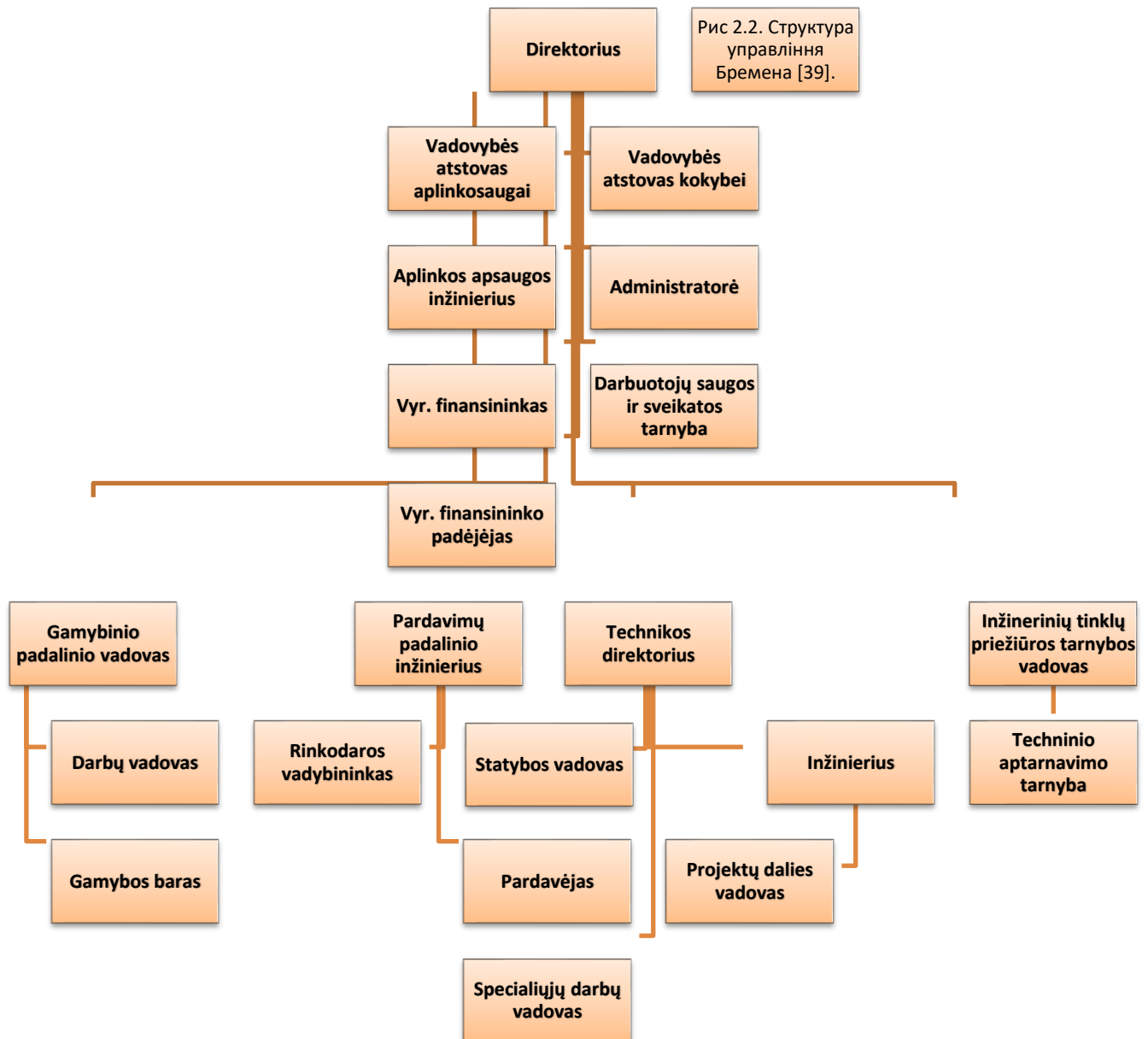


Рис 1.2.3. Структура управління Бремена [17].

Bremen використовує лінійну структуру управління з мінімальною кількістю ступенів управління, з явним підпорядкуванням. Кожен керівник виконує всі функції управління. Лінійна структура вимагає широкого спектру знань від кожного керівника.

Результати роботи компанії відображаються у Звіті про чистий дохід, які ми розглянемо у другому розділі.

Основна послуга компанії Bremen - це монтаж систем опалення та вентиляції.

Реклама. Време на використання періодично надрукованої реклами. Реклама не є систематичною, її застосовують в певний момент часу за необхідності. Також використовується неперіодично надрукована реклама, наприклад, різні календарі, брошури, листівки тощо. На додаток до вищезазначеного, вона також використовує рекламу мовлення через регіональне телебачення (ТВК) та республіканське телебачення (Спорт-1), а також веб-сайт, але така реклама може містити орієнтовні ціни та більш часті оновлення. Компанія Време на використання публічної зовнішньої реклами - на транспортних засобах компанії та біля офісу чи магазину компанії. Також використовується спеціальна реклама, фірмові етикетки, ручки, олівці тощо.

Отже, популярність «зеленого» бізнесу стрімко зростає у світі, істотно змінюється концепція його ведення. Так, в економічно розвинених країнах світу головні програми спрямовані, наприклад, не на введення в дію очисного обладнання, як це було донедавна, а на створення екологічно чистих технологій. Це свідчить про тенденцію до зростання інтересу, активізацію ініціатив компаній та інших організацій щодо втілення стратегій відповідального ведення бізнесу,

2. АНАЛІТИЧНО-ДОСЛІДНИЦЬКИЙ РОЗДІЛ

2.1. Аналіз фінансово-економічної діяльності UABVremena

Оскільки напрямок діяльності UABVremena зосереджується на збереженні та охороні природи і також зменшенні споживання енергії, погляд компанії спрямований на виведення екологічно чистої продукції на ринок, а місією компанії є турбота про природу та добробут людини, збереження енергії.

На скільки ефективною діяльністю займається підприємство ми можемо дізнатися з ряду економічних показників. Для розвитку компанії необхідне зростання обсягів виробництва товарів та послуг, що водночас має супроводжуватися зменшенням собівартості їх створення. Тобто UABVremena має зберегти та покращувати рівень надання послуг та товарів, знаходити найбільш оптимальні варіанти, щоб знизити собівартість не погіршуючи при цьому якість.

Таблиця 2.1.1

Дані основних економічних показників UABVremena за 2016-2019 рр. тис. євро.

№	Показники	Роки				Звітні періоди	
		2016	2017	2018	2019	2019/2016 рр.	2019/2016 рр.
						Абсолютне відхилення, +/-	Відносне відхилення, %
1	Дохід від реалізації продукції	1105778	1061717	1088905	1233505	127727	11,55
2	Собівартість реалізованої продукції	892175	954020	914023	1036063	143888	16,12
3	Валовий прибуток (збиток)	213603	107697	174882	197442	-16161	-7,57
4	Адміністративні витрати	146712	110670	131273	151350	4638	3,16
5	Власний капітал	660090	663997	679651	641353	-18737	-2,83

У таблиці 2.1.1 розраховано абсолютне та відносне відхилення.

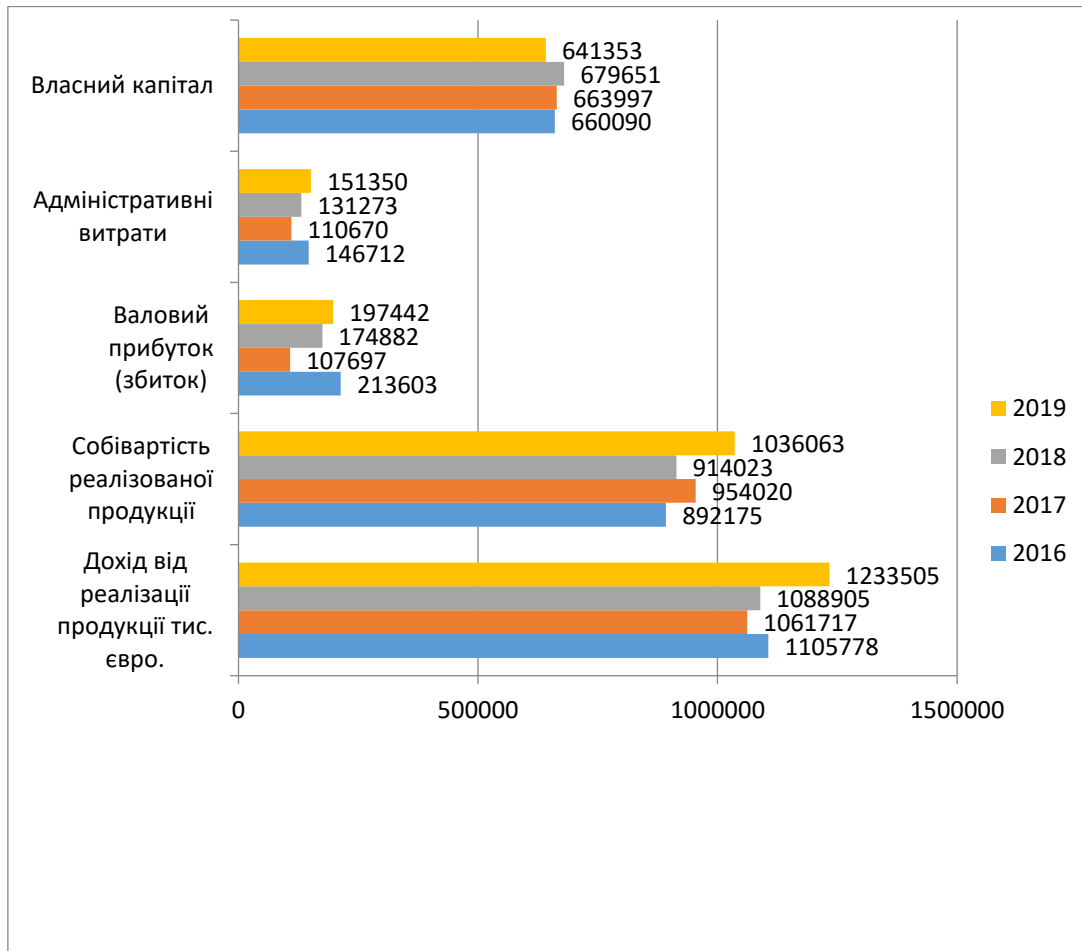


Рис. 2.1.1 Фактичні данні основних показників компанії за період 2016-2019 років (тис.євро)

Із результатів розрахунку абсолютного та відносного відхилення можемо підсумувати наступні висновки:

-Дохід від реалізованої продукції у 2017 р скоротився на 44061 тис,євро від 2016р. та у 2018 році зріс на 27188 тис.євро в порівнянні з попередніми роками відповідно, а у 2019 році зріс на 144600 тис.євро в порівнянні з 2018 р.

-Собівартість реалізованої продукції у 2017 збільшилась на 61845 тис. євро в порівнянні з 2016 р. а у 2018 році зменшилась на 39997 тис.євро в порівнянні з 2017 р., та в 2019 збільшилась на 122040 тис.євро в порівнянні з минулим роком

-Валовий прибуток 2017р. у абсолютному відхиленні зменшився та склав на 105906 тис,євро менше ніж у 2016р. В 2018 р. збільшився на 67185 тис.євро від показника минулого року (2017), у 2019 р. спостерігається також збільшення на 22560 тис.євро від попереднього року (2018) - Адміністративні витрати 2017 р.

зменшилися на 36042 тис.євро відповідно до витрат 2016 р. та зросли на 20603 тис.євро у 2018р. порівняно з 2017 р. та у 2019 р. на 20077 тис.євро порівняно з 2018 р.

- Власний капітал у 2017 р. став більшим на 3907 тис.євро від 2016р. та у 2018 р. зріс на 15654 тис.євро від 2017 р. у 2019 році зменшився на 38298 тис.євро від 2018 року

Розрахуємо до вищевказаних показників темп приросту.

Таблиця 2.1.2

Темп приросту основних показників УАВВремена 2016-2019 р. (%)

№ П/П	Показники	Роки				Темп приросту %
		2016	2017	2018	2019	
1	Дохід від реалізації продукції тис. євро.	1105778	1061717	1088905	1233505	111,55
2	Собівартість реалізованої продукції	892175	954020	914023	1036063	116,12
3	Валовий прибуток (збиток)	213603	107697	174882	197442	92,43
4	Адміністративні витрати	146712	110670	131273	151350	103,16
5	Власний капітал	660090	663997	679651	641353	97,17

Отож, темп приросту доходу від реалізації продукції у 2019 р. в порівнянні з 2016 р. зріс на 111,56%.

Темп приросту собівартості реалізованої продукції у 2019 р. в порівнянні з 2016 р. Зазнавтакож росту до 116,12%.

Темп приросту валового прибутку у 2019 р. в порівнянні з 2016 р. становив 92,43%, щосвідчить про спад.

Темп приросту адміністративних витрат у 2019 р. в порівнянні з 2016 р. зросли на 103,16%.

Темп приросту власного капіталу, у 2019 р. в порівнянні з 2016 р. бачимо не значне скорочення 97,17%.

Таблиця 2.1.3

Аналіз основних показників фінансового стану розділу «Оборотні активи»
тис. євро..

№	Показники	Роки				Звітні періоди	
		2016	2017	2018	2019	2019/2016	2019/2016
						рр.	рр.
						Абсолютне Відхилення +/-	Темп приросту %
1	Запаси	336879	334958	327213	279209	-57670	82,88
2	Дебіторська заборгованість за розрахунками	359081	319312	314765	333093	-25988	92,76
3	Дебіторська заборгованість за продукцію	336879	334958	327213	279209	-57670	82,88
4	Гроші та їх еквіваленти	68043	78678	69207	75393	7350	110,8

У абсолютному відхиленні показники оборотних активів підприємства за 2016-2019 р. становлять:

Запаси звітного 2019 року з аналогічним періодом 2016 року скоротилися на -57670 тис.євро.

Дебіторська заборгованість за розрахунками 2019 року зменшилась на 25988 тис,євро в порівнянні з 2016 р.

Дебіторська заборгованість за продукцію 2019 року стала меншою ніж була у 2016 році на 57670 тис. євро

Сума грошей та їх еквівалентів у 2019 році збільшилася на 7350 тис.євро від суми яка була у 2016 р.

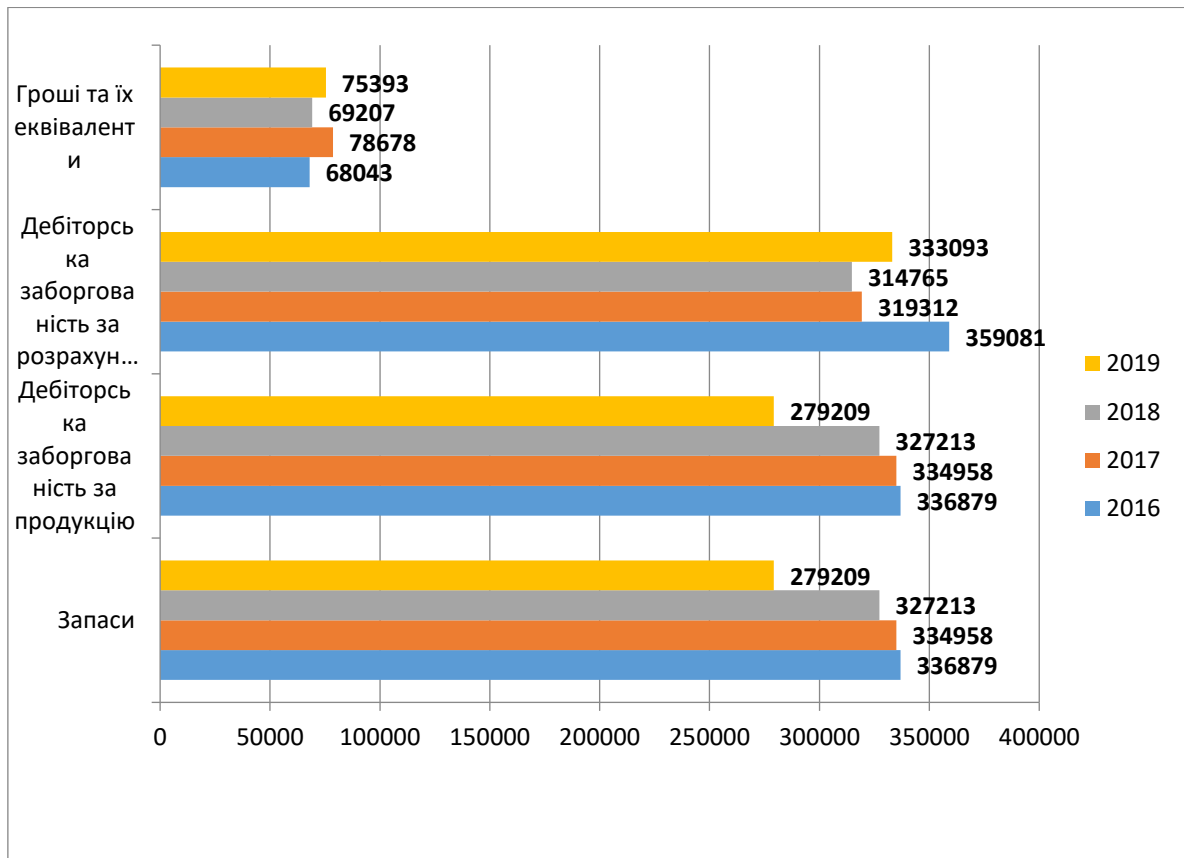


Рис. 2.1.2 Зміни основних показників фінансового стану розділу «Оборотні активи», тис. євро.. за 2016-2019р.

Темп приросту оборотних активів за період 2016 та 2019 років відповідає наступному констатуванню:

Запаси зменшилися у 2019 році в порівнянні з 2016 роком до 82,88%

Дебіторська заборгованість за розрахунками у 2016 році була вища за відповідний показник 2019 року, у 2019 спостерігався спад 92,76%

Дебіторська заборгованість за продукцію у 2019 році також скоротилася до 82,88% за період з 2016 року.

Гроші та їх еквіваленти із аналізу отримали відсотковий показник 110,8%, що свідчить про динаміку росту в досліджуваному діапазоні 2016-2019 роки.

Здійснимо фінансово-економічний аналіз по статтям балансу досліджуваного підприємства. Дані по активах фірми представимо у таблиці 2.1.4

Дослідження динаміки фінансових показників литовської фірми.

№	Назва показника	2019р. тис.грн	2018р. тис.грн	2017р. тис.грн	2016р тис.грн.	Абсолютне відхилення	Темп росту
1	Матеріальні активи всього	180297	195425	123909	130778	49519	1,38
2	земля	29078	29078	29078	12106	16972	2,40
3	Машини та обладнання	6324	8010	2571	4110	2214	1,54
4	Транспортні засоби	69305	71249	62413	75659	-6354	0,92
5	Інші обладнання та прилади	56152	67651	152	438	55714	128,20
6	Незавершене будівництво	19436	19436	4891	-	14545	3,97

Візуалізацію представлених даних у таблиці 2.1.2 представимо на рисунку 2.1.1

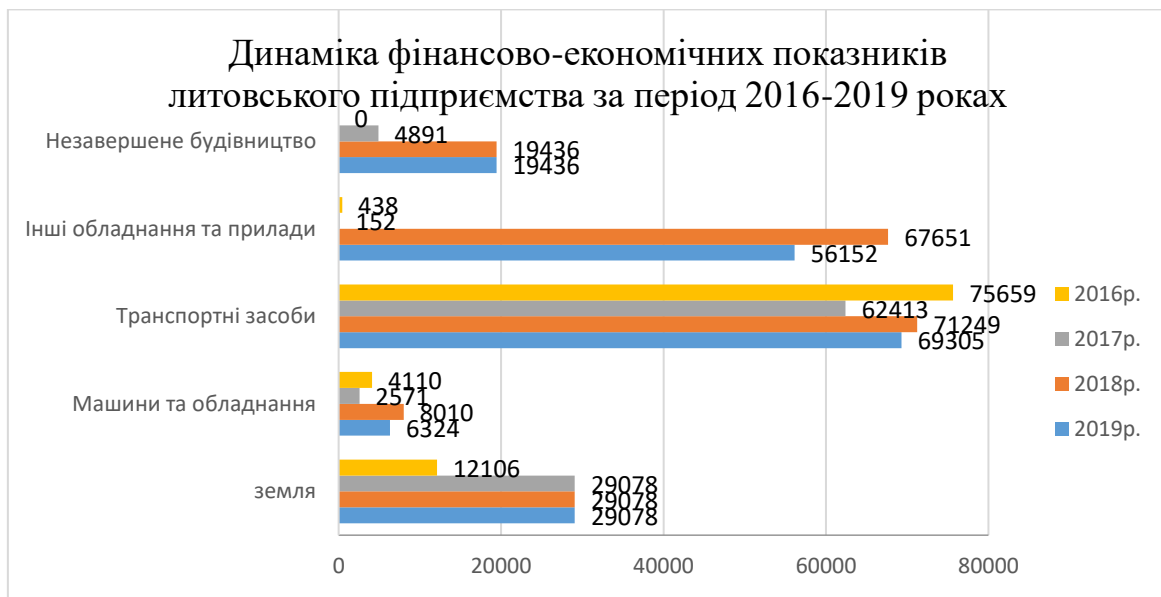


Рис 2.1.1. Динаміка фінансово-економічних показників литовського підприємства за період 2016-2019роках

Як видно з даних представлених в таблиці 2.1.4. та на рисунку 2.1.1. по статті балансу- незавершене будівництво маємо зростаючу динаміку, показник зріс з 4891 грн у 2017 році до 1936 грн у 2018 та 2019 роках. По статті балансу інші обладнання та прилади маєм коливання у показниках: показник зріс з 2016

року з 438 тис. грн до 67651 тис. грн у 2018 році, та дещо знизився до 56152 тис. грн у 2019 році. Що стосується показника балансу витрати на транспортні засоби, то найвищі витрати ми бачимо мали місце у 2016 році та становили 75659 тис. грн, скоротились до позначки 62413 тис. грн у 2017 році, дещо збільшилися до 71249 тис. грн у 2018 році, та знову скоротились до 69305 тис. грн у 2019 році. Можна сказати що по даному показнику ми мали не суттєві, але коливання. По статті балансу: машини та обладнання показник зріс з 4110 тис. грн у 2016 році до 6324 тис. грн у 2019 році, це свідчить про те, що литовська фірма оновила свій транспортний парк, що позитивно відобразиться на якості надання послуг компанією.

У таблиці 2.1.5. представимо наступні фінансово-економічні показник діяльності литовської компанії.

Таблиця 2.1.5

Дані балансу фірми за період 2016-2019 роках.

№	Назва показника	2019р.	2018р.	2017р.	2016р.	Абсолютне відхилення	Темп росту
1	Фінансові активи, всього(тис.грн)	45968	19697	16379	7379	38589	6,23
2	Інвестиції в дочірні та асоційовані компанії(тис.грн)	750	750	1500	-	-750	0,50
3	Позика асоційованим та дочірнім підприємством (тис.грн)	7500	7500	7500	-	-	-

Візуалізація даних представлених у таблиці 2.1.5 представимо на рисунку 2.1.2

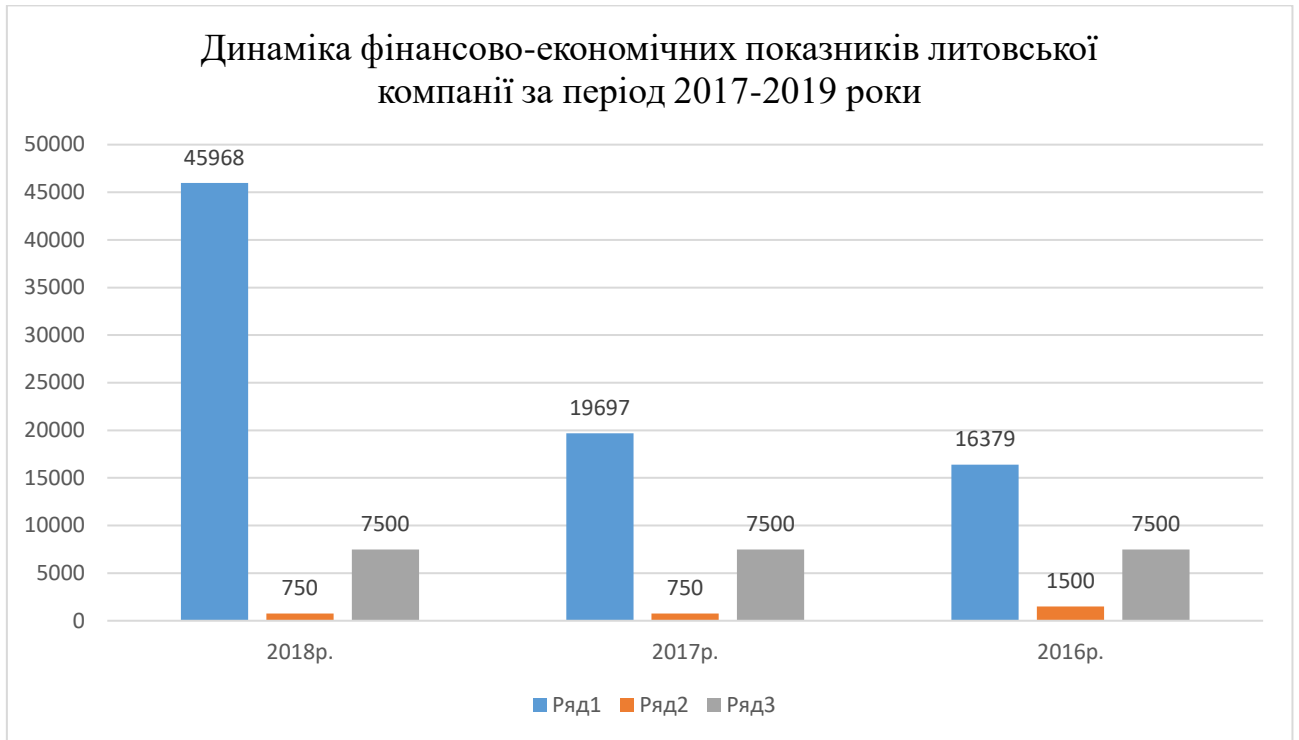


Рис 2.1.2. Динаміка показників досліджуваного підприємства за період 2017-2019 років.

Здійснимо аналіз даних представлених у таблиці 2.1.5. та на рисунку 2.1.2

Як видно з рисунку 2.1.2, фінансові активи литовської фірми за період з 2017 по 2019 рік суттєво підвищились з показника 16379 тис. грн у 2017 році до 45968 тис. грн у 2019 роках, що вказує на позитивну динаміку фінансово-економічної діяльності підприємства за період з 2017 по 2019 роки. Такий показник балансу, як Інвестиції в дочірні та асоційовані компанії за період з 2017 до 2019 роках має негативну динаміку, та знизився з показника 1500 тис. грн до 750 тис. грн, що вказує на зменшення інвестицій фірми у структурні підрозділи компанії, на нашу думку приведе до зменшення розвитку відокремлених підрозділів, та пониження загальних фінансово-економічних показників компанії.

По такому показнику балансу, як позика асоційованим та дочірним підприємства згідно рисунку 2.1.2, ми бачимо, що динаміка не змінилась та має значення 7500 тис.грн.

У таблиці 2.1.6. представимо наступні фінансово-економічні показники діяльності литовської фірми.

Дані балансу досліджуваного підприємства за період з 2016-2019 роки.

№	Назва показника	2019р.	2018р.	2017р.	2016р.	Абсолютне відхилення	Темп росту
1	Оборотні активи	687695	711185	732948	794976	-107281	0,87
2	Запаси, незавершене виробництво	279209	327213	334958	367852	-88643	0,76
3	запаси	279209	327213	334958	367852	-88643	0.076
4	Дебіторська заборгованість за товари та послуги	279209	327213	334958	336879	-57670	0,83
5	Дебіторська заборгованість з розрахунками	333093	314765	319312	359081	-25988	0,93
6	Гроші та їх еквіваленти	75393	69207	78678	68043	7350	1,1
7	Загальні активи(баланс)	913960	926307	873236	933133	-19173	0.98

Візуалізацію фінансово-економічних показників, представлених у таблиці 2.1.6. представимо на рисунку 2.1.3



Рис 2.1.3. Динаміка показників балансу досліджуваного підприємства за період 2016-2019 роках.

Здійснимо аналіз даних представлених у таблиці 3.3, та на рисунку 2.4. Можемо сказати, що маємо дещо негативну динаміку по статті балансу оборотні активи, тобто з показника 794976 тис. грн у 2017 році показник знизився до

68795 тис. грн у 2019 році, це вказує на зниження фінансової стійкості підприємства, якщо зменшуються оборотні активи, то і маневреність фірми дещо понижається на ринку. По статті балансу запаси та незавершене виробництво маємо від'ємне значення за період з 2016 по 2019 роки, а саме - 88643 тис. грн, але це як раз свідчить, що компанія підвищила активність по наданні послуг основної діяльності, та зменшила запаси фірми на складах, що скоріше є позитивною динамікою діяльності досліджуваного підприємства. Дебіторська заборгованість за товари та послуги скоротилась за період 2016-2019 роках до позначки -57670 тис.грн, що є позитивним у фінансово-економічній діяльності компанії. Динаміка балансу по такому показнику, як Дебіторська заборгованість з розрахунками, також за період з 2016-2019 роки знизилась на показник 25988 тис.грн, що у коефіцієнті становить 0.93, що є позитивним у діяльності литовської фірми. По такому показнику балансу, як сума грошей та їх еквівалентів за період 2016-2019 роки показник збільшився на 7350 тис. грн, що в коефіцієнтах становить 1.1., це є позитивною динамікою діяльності литовської фірми за вказаний період І загалом по статті балансу за період 2016-2019 роки , при великих обсягах сума дещо знизилась на показник - 19173 тис. грн., що у коефіцієнтах становить 0,98.

Таблиця 2.1.7

Динаміка по статтях балансу литовського підприємства за період 2016-2019 роках.

№	Назва показника	2019р.	2018р.	2017р.	2016р.	Абсолютне відхилення	Темп росту
1	Власний капітал	2500	2500	679651	663997	-661497	0,003765
2	Нерозподілений прибуток (збиток)	677151	661497	638853	677151	0	1
3	Звіт по прибутку (збитку)	15654	13907	19950	33707	-18053	0,46
4	Прибуток попереднього року	661497	647590	618903	623883	37614	1,06

Для більш наочного представлення побудуємо графік по даних представлених в таблиці 2.1.7

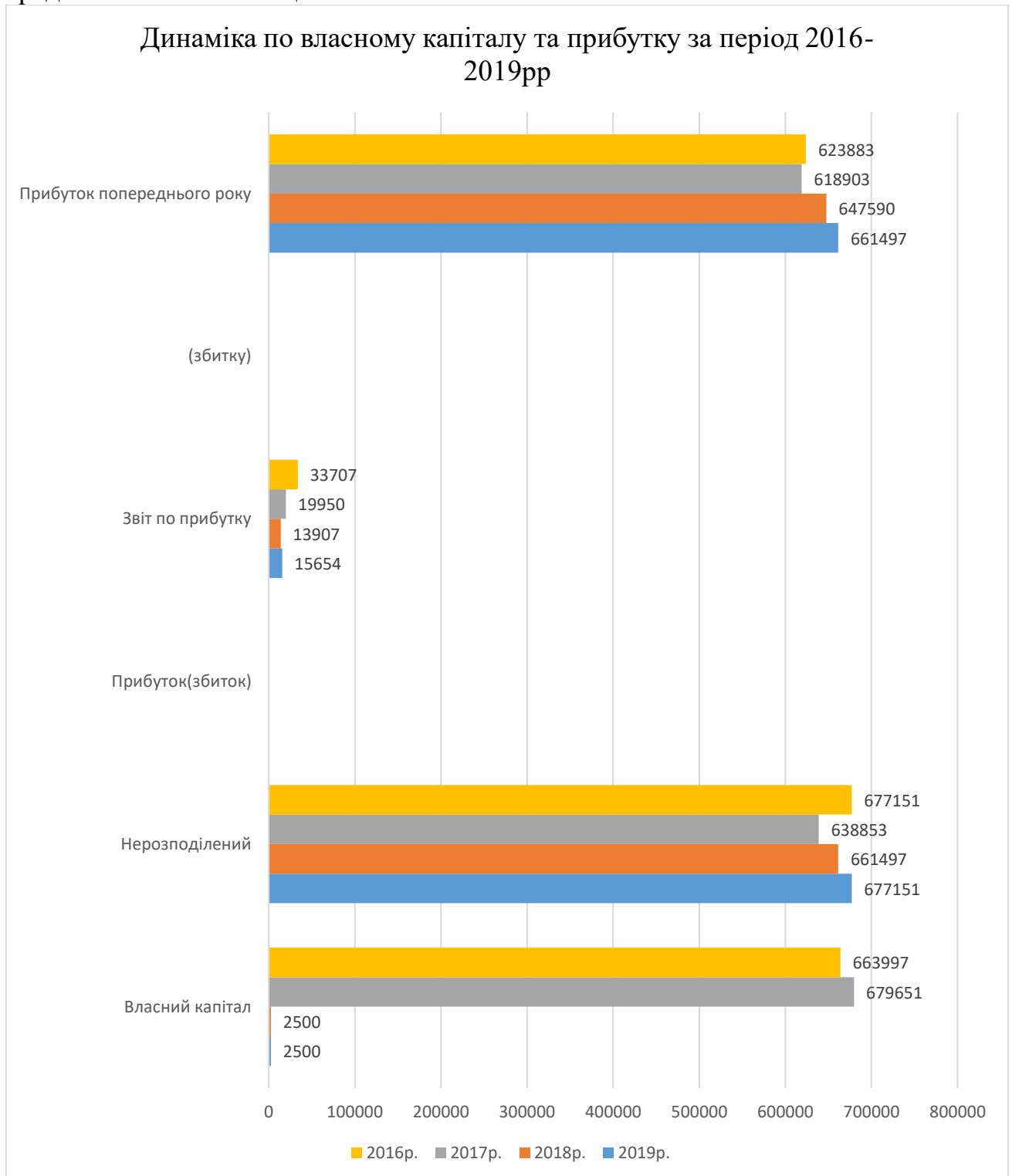


Рис 2.1.4. Наочне представлення власного капіталу та прибутку литовської фірми за період 2016-2019 роках.

Провівши фінансовий аналіз можна стверджувати, що показник власного капіталу був найбільший у 2016 році в сумі 663997 тис.грн, і зменшився до 2019 року до розмірі 2500 тис.грн, що говорить про збільшення ризику від такої динаміки зменшення власних ресурсів, та знижує фінансову стійкість

підприємства. Щодо економічного показника нерозподілений прибуток(збиток) можна сказати, що підприємство є прибутковий за весь досліджуваний період, у 2016 році вказаний показник становив 677151 тис.грн, у 2017 році дещо знизився до позначки 638853 тис.грн, проте вже в 2019 році чинник підвищився до розміру 677151 тис.грн, що свідчить про позитивну динаміку, та прибутковість у фінансово-економічній діяльності литовської компанії. По такому чиннику, як прибуток попереднього року за період 2016-2019 рік, показник зріс на 37614 тис.грн, що складає 1.06 темпу росту.

Надалі здійснимо дослідження по кредиторській заборгованості у фінансово-економічній діяльності досліджуваного підприємств за період 2016-2019 роках, дані представимо у таблиці 2.1.8

Таблиця 2.1.8.

Динаміка заборгованості литовського підприємства за період 2016-2019 роки.

№	Назва показника	2019р.	2018р.	2017р.	2016р.	Абсолютне відхилення	Темп росту
1	Кредиторська заборгованості	246656	2092339	272608	273043	-26387	0,90
2	Разові суми кредиторської та довгострокової заборгованості	38015	56517	42287	39607	-1592	0,96
3	Суми, що підлягають оплаті протягом року	208641	152722	230320	233436	-24795	0,89
4	Фінансові борги	135174	76873	143560	104563	30611	1,29
5	Борги перед постачальниками	40843	32644	54398	88401	-47558	0,46

Аналіз основних показників фінансового стану розділу «Необоротні активи», тис. євро

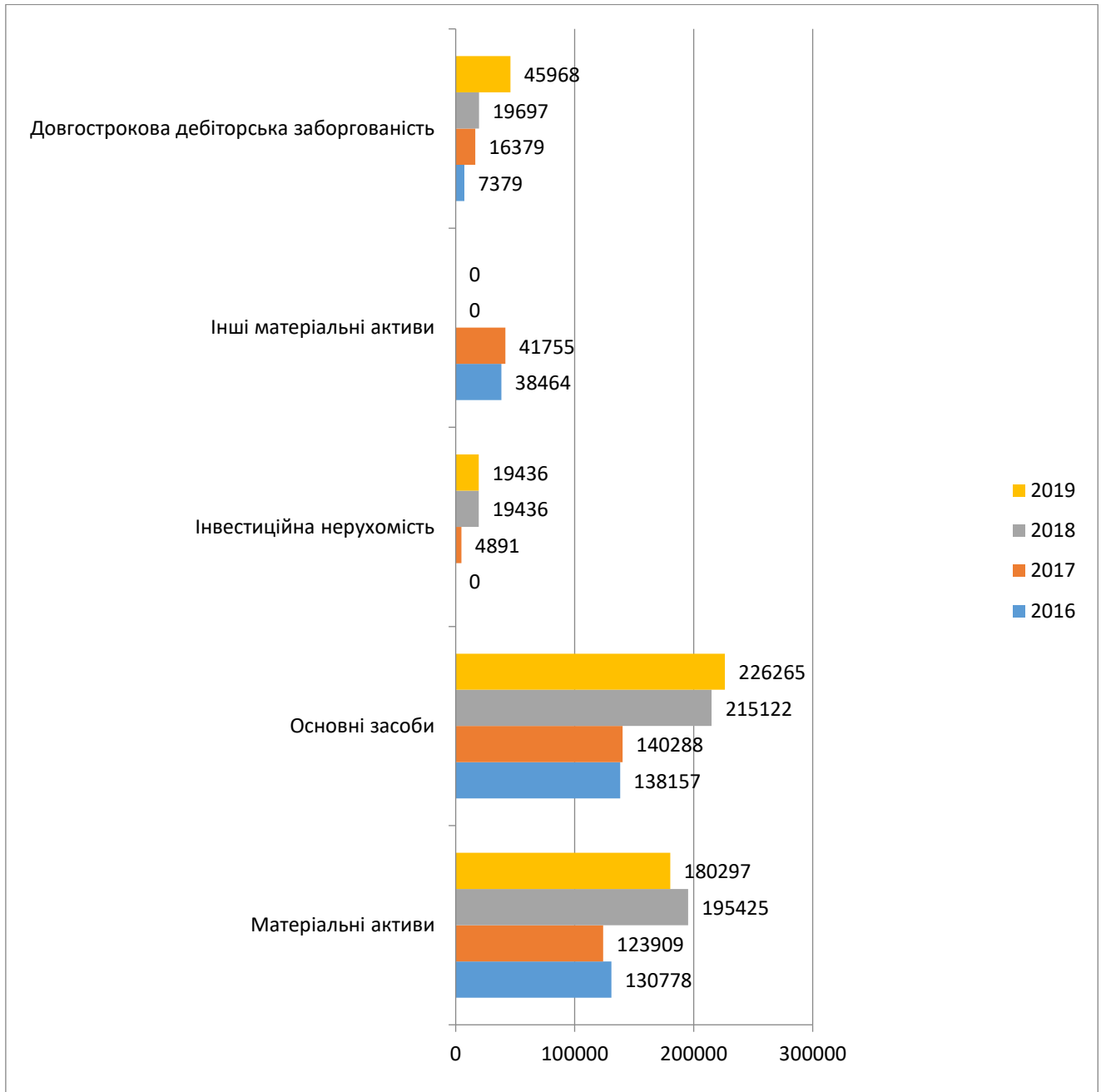
№	Показники	Роки				Звітні періоди	
		2016	2017	2018	2019	2019/2016	2019/2016
						рр.	рр.
					Абсолютне Відхилення +/-	Темп приросту %	
1	Матеріальні активи	130778	123909	195425	180297	49519	137,86
2	Основні засоби	138157	140288	215122	226265	88108	163,77
3	Інвестиційна нерухомість	0	4891	19436	19436	19436	-
4	Інші матеріальні активи	38464	41755	0	0	38464	-
5	Довгострокова дебіторська заборгованість	7379	16379	19697	45968	38589	622,9

Матеріальні активи у 2019 році значно збільшилися від 2016 року, а саме на 49519 тис.євро.

Показник основних засобів у 2019 році склав на 88108 тис. євро більше відповідного показника 2016 року.

Інвестиційна нерухомість у 2019 збільшилася до 19436 тис.євро порівняно з 2016 роком

Довгострокова дебіторська заборгованість в звітний період 2019 року не скоротилася від цієї ж заборгованості у 2016 році, а зросла і становила 38589 тис.євро.



Графік 2.1.3. Динаміка основних показників фінансового стану розділу «Необоротні активи», тис. євро.. Темп приросту (%) необоротних активів за період 2016-2019р.р.:

Матеріальні активи у 2019 році показали динаміку збільшення 137,86% в порівнянні з 2016 роком.

Основні засоби також показали хорошу динаміку росту у 2019 році збільшившись до 163,77% від базового показника 2016 року.

Темп приросту довгострокової дебіторської заборгованості виявився дуже високим у відсотковому співвідношенні 622,9%

Аналіз основних показників фінансового стану розділу «Поточні зобов'язання і забезпечення», тис.євро.

№	Показники	Роки				Звітні періоди	
		2016	2017	2018	2019	2019/2016	2019/2016
						рр.	рр.
						Абсолютне Відхилення +/-	Темп приросту %
1	Поточна кредитна заборгованість за: довгостроковим и зобов'язаннями	39607	56517	38015	42287	2680	106,76
2	розрахунки з бюджетом	104563	76873	135174	143560	38997	137,29
3	розрахунками з оплати праці	37692	35867	32624	32362	-5330	85,85
4	одержаними авансами	88401	32644	40843	54398	-34003	61,53
5	Інші поточні зобов'язання	233436	152722	208641	230320	-3116	98,66

Аналіз показників у абсолютному відхиленні фінансового стану у розділі «Поточні зобов'язання і забезпечення» показавщо:

Поточна кредитна заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями у 2019 році збільшилася на 2680 тис.євро в порівнянні з 2016 роком

Розрахунки з бюджетом також стали більші на 38997 тис.євро у 2019р. проти 2016р.

Розрахунками з оплати праці у 2019 році скоротилися на 5330 тис.євро.. від суми яка була у 2016р.

Зобов'язаність по одержаним авансах також у звітному 2019р. показує динаміку спаду, та становить на 34003 тис.євро менше ніж у 2016 р.

По інших поточних зобов'язаннях у підприємства також скорочення за проаналізований період 2016-2019 р. зменшення дорівнює -3116 тис.євро.

Динаміка показників фінансового стану розділу «Поточні зобов'язання і забезпечення», тис. євро.

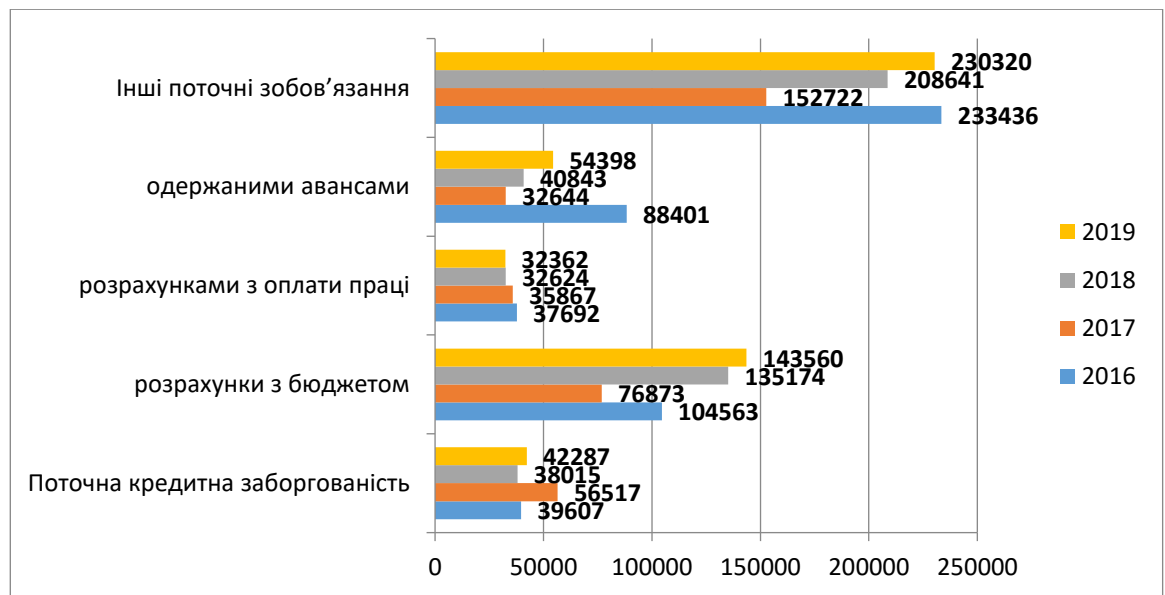


Рис2.1.5. Динаміка основних показників фінансового стану розділу «Необоротні активи», тис. євро.

Темп росту поточних зобов'язань та забезпечень наступний: За довгостроковими зобов'язаннями у 2016-2019 роках спостерігається період піднесення та становить 106,76%.

Показник розрахунків з бюджетом у 2019 році показує темп росту 137,29%. До порівняння з 2016 роком

Розрахунки з оплати праці по темпу приросту у 2019 р. зазнають спаду до 85,85%, від початкового значення яке ми взяли для порівняння у 2016 р.

Заборгованість з одержаними авансами також сильно скорочується у 2019 році на 61,53% від 2016 року.

Показник темпу приросту в інших поточних зобов'язань не значно зменшився від 2016 року до 2019 року, а саме до 98,66%.

Отже, ми спостерігаємо збільшення таких показників як дохід від реалізованої продукції, валовий прибуток та адміністративні витрати, збільшення собівартості продукції у період з 2018 р. по 2019 р. та збільшення власного капіталу з 2017 по 2018 р. Також ми спостерігаємо зменшення в показниках собівартості реалізованої продукції у період з 2017 р по 2018 р. та зменшення власного капіталу з 2018 р. по 2019 р.

Щоб дослідити фінансовий стан підприємства потрібно проаналізувати основні техніко-економічні показники. Виберемо показники які є основними та які характеризують результати господарської діяльності, це:

- Ліквідність грошових активів;
- Рентабельність підприємства;
- Фінансова стійкість;

Розпочнемо з визначення коефіцієнта абсолютної ліквідності (рекомендоване значення: 0,2-0,35):

Формула визначення коефіцієнта абсолютної ліквідності

$$K_{ал} = \frac{\Phi.1p.1160 + p.1165}{\Phi.1p.1695 + p.1700},$$

1) коефіцієнт абсолютної ліквідності (2016 р.)

$$K_{ал} = \frac{\Phi.1p.1160 + p.1165}{\Phi.1p.1695 + p.1700} = \frac{660090 + 39607}{233436 + 0} = 2,9$$

2) коефіцієнт абсолютної ліквідності (2017 р.)

$$K_{ал} = \frac{\Phi.1p.1160 + p.1165}{\Phi.1p.1695 + p.1700} = \frac{663997 + 56517}{152722 + 0} = 4,7$$

3) коефіцієнт абсолютної ліквідності (2018 р.)

$$K_{ал} = \frac{\Phi.1p.1160 + p.1165}{\Phi.1p.1695 + p.1700} = \frac{679651 + 38015}{208641 + 0} = 3,4$$

4) коефіцієнт абсолютної ліквідності (2019 р.)

$$K_{ал} = \frac{\Phi.1p.1160 + p.1165}{\Phi.1p.1695 + p.1700} = \frac{641353 + 42287}{230320 + 0} = 2,9$$

Провівши

розрахунки коефіцієнта абсолютної ліквідності маємо такі результати: показники становлять у 2016 р.-2.9, 2016 р -4.7, у 2017 – 3.7, у 2018 - 2.9

Це означає, що компанія має можливість негайно погасити свої короткострокові зобов'язання при потребі.

Перейдемо до розрахунку наступного показника (рентабельності)

Рентабельність активів розраховується за формулою:

$$Pa = \frac{\Phi.2p.2350}{\Phi.1p.1300}$$

Рентабельність активів (2016р.)

$$Pa = \frac{\Phi.2p.2350}{\Phi.1p.1300} = \frac{1880}{138157} * 100\% = 0,13\% .$$

Рентабельність активів (2017р.)

$$Pa = \frac{\Phi.2p.2350}{\Phi.1p.1300} = \frac{4808}{140288} * 100\% = 0,34\%$$

Рентабельність активів (2018 р.)

$$Pa = \frac{\Phi.2p.2350}{\Phi.1p.1300} = \frac{3856}{215122} * 100\% = 0,17\%$$

Рентабельність активів (2019 р.)

$$Pa = \frac{\Phi.2p.2350}{\Phi.1p.1300} = \frac{3167}{226265} * 100\% = 0,13\%$$

Проаналізувавши зміни результатів, суми активів протягом 2016-2019 років на даному підприємстві, виявлено їх позитивну динаміку росту. За 2019 рік сума активів підприємства склала 226265 тис. євро., тобто на 11143 тис. євро. (або на 5,1%) більше, ніж сума 2018 року (215122 тис. євро.) що на 74834 тис.євро., (або на 53%) більше ніж у 2017 році (140288 тис.євро) що є на 0,13% більше ніж у 2016 році (138157 тис.євро)

Спостерігається динаміка спаду збільшення суми активів протягом 2019 року, як і спад збільшення прибутку на досліджуваному підприємстві, що посприяло зменшенню результату рентабельності активів протягом 2019 року (0,13 %), в порівнянні із результатом цього показника за 2018 рік (0,17 %) та результатами цього показника з 2017 року (0,34%)

Розраховуємо коефіцієнт фінансової стійкості (рекомендоване значення: 0,7-0,9):

$$K_{фст} = \frac{\Phi.1р.1495 + p.1595}{\Phi.1р.1900}$$

Отже, коефіцієнт фінансової стійкості у 2016 р. становить:

$$K_{фст} = \frac{\Phi.1р.1495 + p.1595}{\Phi.1р.1900} = \frac{660090 + 39607}{933133} = 0,74$$

Коефіцієнт фінансової стійкості у 2017 р. становить:

$$K_{фст} = \frac{\Phi.1р.1495 + p.1595}{\Phi.1р.1900} = \frac{663997 + 56517}{873236} = 0,82$$

У 2018 р. коефіцієнт фінансової стійкості становить:

$$K_{фст} = \frac{\Phi.1р.1495 + p.1595}{\Phi.1р.1900} = \frac{679651 + 38015}{926307} = 0,77$$

У 2019 р. коефіцієнт фінансової стійкості становить:

$$K_{фст} = \frac{\Phi.1р.1495 + p.1595}{\Phi.1р.1900} = \frac{641353 + 42287}{913960} = 0,74$$

Отримані результати коефіцієнта фінансової стійкості свідчать про задовільний стан підприємства, але спостерігається негативна тенденція.

Коефіцієнта фінансової стійкості у 2016 році знаходився у межах норми 0,74, тому ризику втрати підприємством власної платоспроможності не було. У 2017 році стан підприємства відповідно до цього ж показника є не значно але кращим, а саме 0,82. В 2018 році коефіцієнт фінансової стійкості дорівнював 0,77., та в 2019 становив 0,74 що все ще в межах норми та означає хорошу платоспроможність.

Таблиця 2.1.11

Результати проведених розрахунків

№ з/п	Назва показника	Роки				Рекомендоване значення
		2016р.	2017р.	2018р.	2019р.	
1	Рентабельність активів	0,13	0,34	0,17	0,13	$\geq 0,14$
2	Коефіцієнта абсолютної ліквідності	2,9	4,7	3,4	2,9	0,2 – 0,35
4	Коефіцієнт фінансової стійкості	0,74	0,82	0,77	0,74	0,7 – 0,9

В підсумку, після аналізу усіх результатів які ми отримали, можемо зробити висновок, що підприємство знаходиться в рівноважному стані. Але за роки які бралися для дослідження чітко спостерігається динаміка погіршення показників. На даний момент всі показники коливаються в межах норми або перевищують її в позитивну сторону.

2.2. SWOTаналіз 2016-2019 років сильні слабкі сторони підприємства

Визначимо сильні та слабкі сторони UABВременаза допомогою SWOT аналізу.

Компанія UABВремена має велику кількість конкурентних переваг, які допомагають їй бути однією із лідерів у своїй галузі по наданні послуг із теплоізоляції та енергозбереженню в Литві.

До таких переваг належать:

- 1)використання якісних матеріалів та продукції;
- 2)оновлення матеріало-технічної бази за рахунок інвестиції;
- 3)висококваліфікований, досвідчений, прогресивний персонал;
- 4)високий рівень довіри з боку користувачів, споживачів товарів та послуг компанії;
- 5)гнучкість до потреб споживача;
- 6)використання різних типів реклами;
- 7)наявність магазину для продажі товару та спеціалістів для встановлення та обслуговування проданого свого ж товару;
- 8)забезпеченість власним транспортом для мобільного та швидкого виконання в найкоротші терміни, побажання клієнтів;
- 9)завдяки довгому часу існування компанії на ринку та високій якості наданих послуг сформувалась відомість та популярність бренду;
- 10)можливість виконувати замовлення по всій території країни Литви;
- 11)відповідність вимогам стандартів ISO;
- 12)орієнтація на підтримання та розвивання впровадження екологічної продукції на ринку.

Загрози та можливості

Можливості зовнішнього середовища	Ринкові загрози
1. Розширення надання товарів та послуг на зростаючому ринку екологічної продукції	1. Не сформований попит
2. Зменшення вартості ресурсів	2. Впровадження нових механізмів, систем, технологій у конкурентів
3. Залучення більшої кількості споживачів за допомогою вдосконалення системи збуту, маркетингу та рекламних методів	3. Не готовність постачальників, зміни очікуваних термінів прибуття сировини та матеріалів
4. Збільшення кількості замовлень	4. Збільшення конкуренції від аналогічних компаній
5. Стабільність в Литві	5. Політична нестабільність
6. Втрата конкурентами в даній сфері конкурентоздатності	6. Можливі несприятливі зміни курсу валюти
7. розвиток економіки країни у довготерміновій перспективі	7. Відмова кредиторських установ в забезпеченні довгострокових позик

До факторів, які впливають на внутрішнє середовище компанії можна віднести наступні:

- 1) добре налагоджений менеджмент;
- 2) конкурентоздатність високого рівня;
- 3) вигідне знаходження та інфраструктура приміщень, будівель, бази компанії;
- 4) потреба в обслуговуванні власних споруд та обладнання;
- 5) залежність від зміни ціни на сировину від постачальників;
- б) сприятливі умови для швидкого масштабування на інших ринках;

7) стрімкий розвиток, затребуваність послуг у всьому світі якими займається компанія.

Таблиця 2.2.2

Оцінка зовнішнього та внутрішнього середовища UABBREMENA за допомогою SWOT-аналізу

Сильні сторони	Слабкі сторони
<p>Успіх компанії UABBremena забезпечується завдяки використанні якісних матеріалів та продукції. Наявності висококваліфікованого, досвідченого та прагнучого розвиватися персоналу. Наявність довіри від кінцевого споживача, яка є на високому рівні. Можливість знаходити індивідуальний підхід до потреб усіх клієнтів, що звернулися до компанії.</p> <p>Наявність власної торгової точки для реалізації товару та спеціалістів для мобільного обслуговування клієнтів. Власний автопарк який дозволяє не втрачати клієнтів через відсутність можливості швидко прибути на виклик.</p> <p>Виконання спеціалістами робіт по всій країні. Забезпечення рівня якості роботи стандарту ISO.</p>	<p>До слабких сторін компанії можна віднести регулярне обслуговування наявних споруд та обладнання. Залежність від вартості продукції що постачається компанії. Необхідність постійного контролю ринку та конкурентів і впровадження нових технологій.</p>
Можливості	Загрози
<p>До існуючих можливостей компанії віднесемо розширення</p>	<p>Основними загрозами для підприємства є щойно наростаючий попит, який може різко змінити своє русло якщо конкуренти почнуть використовувати</p>

<p>аудиторії яка може отримувати екологічні послуги та товари на нових ринках. Також отримання нових клієнтів за рахунок удосконалення існуючих рекламних компаній на підприємстві та розвитку збутової діяльності.</p> <p>Допомога у розвитку економіки держави за рахунок створення нових робочих місць, та сплати податків.</p>	<p>інші технології чи механізми. Або створять надзвичайно високу конкуренцію з якою буде нерентабельно боротися.</p> <p>Можливість настання політичної нестабільності яка може супроводжуватися відмовою банків в наданні кредитів які можна було б використати для власного масштабування.</p>
--	---

За допомогою проведеного SWOT-аналізу можна зрозуміти, що гальмує розвиток компанії, а що навпаки є рушійною силою для здобуття лідерства в своїй ніші. Даний аналіз є чудовим інструментом який дозволяє подивитися збоку на можливості розвитку компанії в цілому та зауважити на що потрібно зробити акцент всередині компанії. Збагнути ризики які можуть призвести до втрати прибутку та уникнути їх в майбутньому.

У даному розділі було проаналізовано напрямки діяльності UABVremena на основі основних економічних фінансових показників, взятих з фінансової звітності та балансу підприємства за 2016 – 2019 роки. Та проведено SWOTаналіз з метою виявлення сильних та уразливих сторін підприємства.

Відповідно до дослідження основних економічних показників темп приросту доходів від реалізації продукції у звітному 2019 р. в порівнянні з базовим 2016 р. зріс до 111,56%. та склав 1233505тис.євро що на 127727 тис.євро більше.

Собівартостіреалізованоїпродукціїсклала1036063тис.євро у 2019 р. Що на 143888 тис.євро або (116,12%) більше 2016 р. (892175тис.євро).

Темп росту валового прибутку у 2019 р. дорівнював (92,43%), що в абсолютнійвеличині на16161тис.євро менше чим у 2016 р. (213603тис.євро)цесвідчить про спад.

Адміністративнівитратиякі у 2016 р. становили (146712тис.євро)отримали темп росту 103,16% у 2019році та склали 151350 тис.євро

Власний капітал який у взятому за базовий 2016 році дорівнював 660090 тис.євро, скоротився, темп приросту набув значення 97,17% в порівнянні із звітним 2019 роком в якому становив 641353 тис.євро. що на 18737 тис. євро. менше.

Також проведений SWOTаналіз по компанії допоміг визначити сильні та слабкі сторони. Детально розібравши які можна корегувати стратегію розвитку, враховувати нові можливості та конкурентні переваги. Запобігти в майбутньому використання конкурентами слабких сторін UABBREMENA роблячи їх як свої сильні сторони.

3.ПРОЕКТНО-РЕКОМЕНДАЦІЙНИЙ РОЗДІЛ

3.1 Моделювання управління запасами на литовській фірмі

Розрахунок поступлення та видачі товарів теплоізоляції методом динамічного моделювання на підприємстві Моделювання управління запасами на литовській фірмі

Ефективність товароруку на литовській фірмі характеризується в першу чергу ефективністю управління товарними запасами, яке може здійснюватися на основі однієї зі стратегій: «фіксований розмір замовлення», «фіксований інтервал», «сам на сам», які найбільш повно враховують особливості діяльності підприємства та його постачальників. Такий товарообіг, що здійснюється на фірмі представимо на рисунку 3.1.1



Рис. 3.1.1 Елементи товароруку на литовському підприємстві з видачі матеріалів по термоізоляції.

Також важливим інструментом на нашу думку, який слід дослідити більш ґрунтовно, це система управління товарними запасами, яку ми пропонуємо застосувати на підприємстві.

Сучасний підхід розглядає вже чотири стратегії управління товарними запасами. Докладніша характеристика вищевказаних стратегій представлена в таблиці 3.1.1.

Таблиця 3.1.1

Характеристика стратегій управління товарними запасами досліджуваного підприємства.

Стратегія	Умови застосування	Переваги	Недоліки
1. Стратегія з фіксованим розміром замовлення	<ul style="list-style-type: none"> - великі витрати в результаті відсутності запасів - великі витрати із зберігання запасів - висока вартість товару, що замовляється - високий ступінь невизначеності попиту - наявність знижки з ціни залежно від кількості товарів, що замовляються 	<ul style="list-style-type: none"> - менший рівень максимально бажаного запасу - економія витрат на зберігання запасів на складі за рахунок скорочення площ під запаси 	<ul style="list-style-type: none"> - ведення постійного контролю за наявністю запасів на складі
2. Стратегія з фіксованим інтервалом часу між замовленнями	<ul style="list-style-type: none"> - умови постачання дозволяють отримувати замовлення різними за величиною партіями - витрати з розміщення замовлення та доставки порівняно невеликі - страти від можливого дефіциту порівняно невеликі 	<ul style="list-style-type: none"> - відсутність постійного контролю наявності запасів на складі 	<ul style="list-style-type: none"> - високий рівень максимально бажаного запасу - підвищення витрат на зберігання запасів на складі за рахунок збільшення площ під запаси
3. Стратегія зі встановленою періодичністю поповнення запасів до встановленого рівня	<ul style="list-style-type: none"> - значні коливання попиту на товари підприємства - незначні витрати управління запасами, якщо постачальник накладає обмеження, пов'язані з тоннажністю транспортних засобів 	<ul style="list-style-type: none"> - враховує можливість затримки поставки, а також зміни темпів споживання 	<ul style="list-style-type: none"> - ведення постійної перевірки тану запасів
4. Стратегія «максимум - мінімум»	<ul style="list-style-type: none"> - витрати на облік запасів та на оформлення замовлення, - необхідність швидко реагувати на зміни збуту 	<ul style="list-style-type: none"> - відсутність постійного контролю наявності запасів на складі 	<ul style="list-style-type: none"> - високий рівень максимально бажаного запасу

Здійсимо у нашій магістерській роботі моделювання видачі та поступлення виробів зі складу литовської фірми на основі динамічних процесів моделювання основі математичних моделей (1.35-1.42) .

Таблиця 3.1.2.

Вхідні параметри моделювання поступлення та видачі товарів зі складу

w = 30 днів, a ₀ = 95, a ₁ = 19, всього період=1 рік.												
t	01.01	01.02	01.03	01.04	01.05	01.06	01.07	01.08	01.09	01.10	01.11	01.12
x	7т.	14т.	19т.	19т.	27т.	36т.	37т.	47т.	48т.	52т.	52т.	56т.

x(t) – інтенсивність видачі товарів зі складу;

y(t) – функція запасів на складі;

a₀- коефіцієнт попереднього періоду інтенсивності видачі товарів зі складу;

a₁- коефіцієнт можливої затримки видачі товарів за складу.

t – період

$$y(t) = -\frac{x}{w}\sin(wt) \quad (3.1)$$

1. За допомогою вищенаведеної формули знайдемо запас товару на складах протягом 1 року або 12 місяців. Для цього скористаємось пакетом прикладної програми Matcad. Внесемо вхідні дані в програму:

X1 := 5	t1 := 1	a0 := 95	t := $\begin{pmatrix} 1 \\ 2 \\ 3 \\ 4 \\ 5 \\ 6 \\ 7 \\ 8 \\ 9 \\ 10 \\ 11 \\ 12 \end{pmatrix}$
X2 := 12	t2 := 2	a1 := 19	
X3 := 17	t3 := 3		
X4 := 18	t4 := 4	w := 45	
X5 := 25	t5 := 5		
X6 := 32	t6 := 6		
X7 := 39	t7 := 7		
X8 := 45	t8 := 8		
X9 := 49	t9 := 9		
X10 := 50	t10 := 10		
X11 := 51	t11 := 11		
X12 := 53	t12 := 12		

2. Тепер знайдемо запас товарів на складі :

$$\begin{aligned}
 y_1 &:= \sin(w \cdot t_1) \cdot \frac{-X_1}{w} & y_2 &:= \sin(w \cdot t_2) \cdot \frac{-X_2}{w} & y_3 &:= \sin(w \cdot t_3) \cdot \frac{-X_3}{w} & y_4 &:= \sin(w \cdot t_4) \cdot \frac{-X_4}{w} \\
 y_5 &:= \sin(w \cdot t_5) \cdot \frac{-X_5}{w} & y_6 &:= \sin(w \cdot t_6) \cdot \frac{-X_6}{w} & y_7 &:= \sin(w \cdot t_7) \cdot \frac{-X_7}{w} & y_8 &:= \sin(w \cdot t_8) \cdot \frac{-X_8}{w} \\
 y_9 &:= \sin(w \cdot t_9) \cdot \frac{-X_9}{w} & y_{10} &:= \sin(w \cdot t_{10}) \cdot \frac{-X_{10}}{w} & y_{11} &:= \sin(w \cdot t_{11}) \cdot \frac{-X_{11}}{w} & y_{12} &:= \sin(w \cdot t_{12}) \cdot \frac{-X_{12}}{w} \\
 y_1 &= -0.095 & y_2 &= -0.238 & y_3 &= -0.033 & y_4 &= 0.32 & y_5 &= 0.517 & y_6 &= 0.125 \\
 y_7 &= -0.646 & y_8 &= -0.959 & y_9 &= -0.286 & y_{10} &= 0.759 & y_{11} &= 1.111 & y_{12} &= 0.408
 \end{aligned}$$

$$Y := \begin{pmatrix} -0.095 \\ -0.238 \\ -0.033 \\ 0.32 \\ 0.517 \\ 0.125 \\ -0.646 \\ -0.959 \\ -0.286 \\ 0.759 \\ 1.111 \\ 0.408 \end{pmatrix}$$

$$\text{mean}(Y) = 0.082$$

Таким чином, при постійній інтенсивності видачі товарів зі складу процес поповнення запасу на складі буде мати вигляд незатухаючих гармонічних коливань з амплітудою $-\frac{x}{w}$.

У таких випадках будуть спостерігатись чіткі періодичні випадки наявності запасу та дефіциту запасу. Зауважимо, що випадки дефіциту будуть негативно впливати на фінансову політику підприємства.

З проведених розрахунків можемо зробити висновок, що дефіцит товару на складі буде у 1, 2, 3, 7, 8, 9 місяцях, як ми можемо побачити на графіку (рис3.1), зауважимо, що це негативно впливає на фінансову політику підприємства.

Знайдемо функцію виходу за допомогою зворотніх перетворень Лапласа:

$$u(t) = \frac{x}{\sqrt{a_0 - \frac{a_1^2}{4}}} e^{-\frac{a_1}{2} t} * \sin\left(\sqrt{a_0 - \frac{a_1^2}{4}} t\right) \quad (3.1)$$

Знайдемо запаси на складі за допомогою формули 3.2:

$$\begin{aligned} U1 &:= \frac{-X1}{\sqrt{a_0 - \frac{a_1^2}{4}}} \cdot e^{\left(\frac{-a_1}{2}\right)} \cdot \sin\left(\sqrt{a_0 - \frac{a_1^2}{4}} t1\right) & U2 &:= \frac{-X2}{\sqrt{a_0 - \frac{a_1^2}{4}}} \cdot e^{\left(\frac{-a_1}{2}\right)} \cdot \sin\left(\sqrt{a_0 - \frac{a_1^2}{4}} t2\right) \\ U3 &:= \frac{-X3}{\sqrt{a_0 - \frac{a_1^2}{4}}} \cdot e^{\left(\frac{-a_1}{2}\right)} \cdot \sin\left(\sqrt{a_0 - \frac{a_1^2}{4}} t3\right) & U4 &:= \frac{-X4}{\sqrt{a_0 - \frac{a_1^2}{4}}} \cdot e^{\left(\frac{-a_1}{2}\right)} \cdot \sin\left(\sqrt{a_0 - \frac{a_1^2}{4}} t4\right) \\ U5 &:= \frac{5}{\sqrt{a_0 - \frac{a_1^2}{4}}} \cdot e^{\left(\frac{-a_1}{2}\right)} \cdot \sin\left(\sqrt{a_0 - \frac{a_1^2}{4}} t5\right) & U6 &:= \frac{-X6}{\sqrt{a_0 - \frac{a_1^2}{4}}} \cdot e^{\left(\frac{-a_1}{2}\right)} \cdot \sin\left(\sqrt{a_0 - \frac{a_1^2}{4}} t6\right) \\ U7 &:= \frac{-X7}{\sqrt{a_0 - \frac{a_1^2}{4}}} \cdot e^{\left(\frac{-a_1}{2}\right)} \cdot \sin\left(\sqrt{a_0 - \frac{a_1^2}{4}} t7\right) & U8 &:= \frac{-X8}{\sqrt{a_0 - \frac{a_1^2}{4}}} \cdot e^{\left(\frac{-a_1}{2}\right)} \cdot \sin\left(\sqrt{a_0 - \frac{a_1^2}{4}} t8\right) \\ U9 &:= \frac{-X9}{\sqrt{a_0 - \frac{a_1^2}{4}}} \cdot e^{\left(\frac{-a_1}{2}\right)} \cdot \sin\left(\sqrt{a_0 - \frac{a_1^2}{4}} t9\right) & U10 &:= \frac{-X10}{\sqrt{a_0 - \frac{a_1^2}{4}}} \cdot e^{\left(\frac{-a_1}{2}\right)} \cdot \sin\left(\sqrt{a_0 - \frac{a_1^2}{4}} t10\right) \\ U11 &:= \frac{-X11}{\sqrt{a_0 - \frac{a_1^2}{4}}} \cdot e^{\left(\frac{-a_1}{2}\right)} \cdot \sin\left(\sqrt{a_0 - \frac{a_1^2}{4}} t11\right) & U12 &:= \frac{-X12}{\sqrt{a_0 - \frac{a_1^2}{4}}} \cdot e^{\left(\frac{-a_1}{2}\right)} \cdot \sin\left(\sqrt{a_0 - \frac{a_1^2}{4}} t12\right) \end{aligned}$$

Таким чином, рух запасів описується затухаючими коливаннями в часі, що характеризує перехідний стан системи із стану дефіциту в стан поповнення складів. На рисунку 3.1 продемонструємо коливання протягом року видачі та поступлення на підприємстві литовської компанії.

З проведених розрахунків можемо зробити висновок, що дефіцит товару на складі буде у 1, 3, 7, 9 та 11 місяцях, як ми можемо побачити на графіку

(рис.3.1), зауважимо, що це негативно впливає на фінансову політику підприємства литовського підприємства.

3.2 Моделювання процесу збуту товарів через купівлю в Інтернет-магазині підприємств з використанням нечіткої мережі

Інтернет-магазин є однією із форм комерції нового покоління із широким асортиментом продукції та послуг, що дозволяють здійснювати купівлю покупцем необхідного товару не виходячи з дому.

Для покращення роботи із покупцями Інтернет-магазину має вирішити низку задач: за яких умов покупець залишить сторінку Інтернет-магазину без придбання товару, зарезервує товар чи відкладе оплату, чи здійснить купівлю товару, чи інші варіанти. Для вирішення цих задач пропонується відповідна імітаційна економіко-математична модель оцінювання можливого здійснення купівлі товарів в Інтернет-магазині з використанням нечіткої мережі.

База знань, на основі якої пропонується оцінювання можливого здійснення купівлі товарів в Інтернет-магазин, формується експертами у результаті оцінки відповідних причинно-наслідкових зв'язків. Схематичне представлення бази знань представимо у таблиці 7.2.

Кожний рядок таблиці називається нечітким правилом. Передбачається налагодження моделі за допомогою конкретної форми функцій належності через знаходження значень ваги правил, якому відповідатиме характеристика суб'єктивної міри («ваги») впевненості експерта у цьому правилі. Всі вони спочатку прирівнюються до одиниці.

Таблиця 3.2.1.

База знань моделі

№	Вхідні змінні						Вихідні змінні					Ваги	
l_s	$x^{(1)}$	$x^{(2)}$...	$x^{(i)}$...	$x^{(m)}$	$y^{(1)}$	$y^{(2)}$...	$y^{(i)}$...	$y^{(n)}$	ω
l_1	$x_1^{(1)}$	$x_1^{(2)}$...	$x_1^{(i)}$...	$x_1^{(m)}$	$y_1^{(1)}$	$y_1^{(2)}$...	$y_1^{(i)}$...	$y_1^{(n)}$	ω_1
l_2	$x_2^{(1)}$	$x_2^{(2)}$...	$x_2^{(i)}$...	$x_2^{(m)}$	$y_2^{(1)}$	$y_2^{(2)}$...	$y_2^{(i)}$...	$y_2^{(n)}$	ω_2

l_3	$x_3^{(1)}$	$x_3^{(2)}$		$x_3^{(i)}$		$x_3^{(m)}$	$y_3^{(1)}$	$y_3^{(3)}$...	$y_3^{(i)}$...	$y_3^{(n)}$	ω_3
l_s	$x_{ls}^{(1)}$	$x_{ls}^{(2)}$		$x_{ls}^{(i)}$		$x_{ls}^{(m)}$	$y_{ls}^{(1)}$	$y_{ls}^{(2)}$...	$y_{ls}^{(i)}$...	$y_{ls}^{(n)}$	ω_{ls}
l_{IS}	$x_{IS}^{(1)}$	$x_{IS}^{(2)}$		$x_{IS}^{(3)}$		$x_{IS}^{(m)}$	$y_{IS}^{(1)}$	$y_{IS}^{(2)}$...	$y_{IS}^{(3)}$		$y_{IS}^{(n)}$	ω_{IS}

Таким чином розроблена модель представляє собою граф, який містить позиції, що відповідають нечітким висловлюванням, які описують можливі стани взаємодії покупця та Інтернет-магазину, та умови переходу між цими позиціями, які задані відповідними правилами нечітких продукції. Задача моделювання зводиться до оцінювання можливості попадання одного маркера в одну із «результуючих позицій, що відповідають висловлюванням: «Вихід без придбання товару», «Резервування товару чи відкладена оплата» і «Купівля товару здійснена». Для її розв'язання послідовно визначаються активні переходи та використовуються правила її нечіткого кінцевого виходу результату.

Таблиця 3.2.2

Чинники моделювання можливого здійснення купівлі товарів в Інтернет-магазині

№	Чинники	Позначення
1	Замовлення послуг основної діяльності литовської фірми з матеріалів компанії	y_1
2.	Резервування замовленої послуги та адресна доставка товарів	y_2
3.	Замовлення послуг компанії з основної діяльності, та додаткових послуг литовської компанії зі здійсненою передоплатою	y_3

Терми, які використовуються для лінгвістичної оцінки відібраних впливових чинників (змінних моделі) та їх діапазони зміни представлені у табл. 3.2.3

Терми для лінгвістичної оцінки відібраних чинників та діапазони їх зміни

Змінна	Назва змінної	Діапазон зміни	Терми (рівень впливу чинника)
y_1	Замовлення послуг основної діяльності литовської фірми з матеріалів компанії	0-100%	низькі(0-30)(Н) нижче середнього(33-50) середні (-60-75) (С) високі(80-100) (В)
y_2	Резервування замовленої послуги та адресна доставка товарів	(0-52) (75-105) (110-120)	низькі(0-30)(Н) нижче середнього(33-50) середні (-60-75) (С) високі(80-100) (В)
y_3	Замовлення послуг компанії з основної діяльності, та додаткових послуг литовської компанії зі здійсненою передоплатою	0-100%	низькі(0-30)(Н) нижче середнього(33-50) середні (-60-75) (С) високі(80-100) (В)
F-	Рівень можливого купівлі товарів та замовлення послуг основної діяльності з використанням Інтернет ресурсів компанії(сайт, інтернет-магазин)	0-100%	низькі(0-30)(Н) нижче середнього(33-50) середні (-60-75) (С) високі(80-100) (В)

У моделі використовуються параметри у якісному та кількісному вимірі. Рівень виходу клієнта без придбання товару будемо визначати в таких діапазонах: F1-високий(від 80% до 100%); F 2- вище за середній (від 60% до 80%); F 3- середній (від 40% до 60%); F 4- нижче за середній (від 20% до 40%); F 5-низький (від 0%до 20%). Вказані параметри F1,F2, F3 будемо називати рівнями, оцінювання можливого здійснення купівлі товарів в Інтернет-магазині литовської фірми а результатом модельних експериментів буде відсоткова зміна (від 0% до100%).

У нашій моделі визначення інтегрального показника ми застосуємо трапецевидне представлення вхідних показників. Формалізація вхідних показників у середовищі MATLAB представлено на рис.1-2

Формалізоване представлення чинника y_3 - вхідні параметри моделі на основі нечітких множин, формалізовані в середовищі MATLAB представлено на рис. 3.2.1

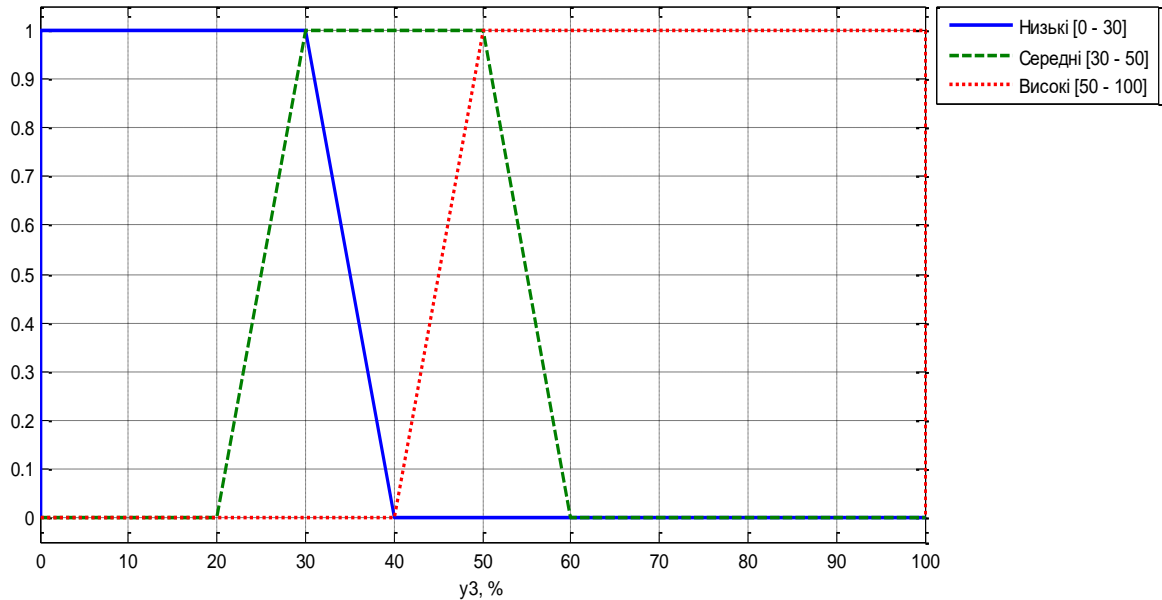


Рис.3.2.1 Формалізоване представлення вхідних параметрів моделі

На рисунку 3.2.2. представимо межі вихідного параметра F- можливого здійснення купівлі товарів в Інтернет-магазині.

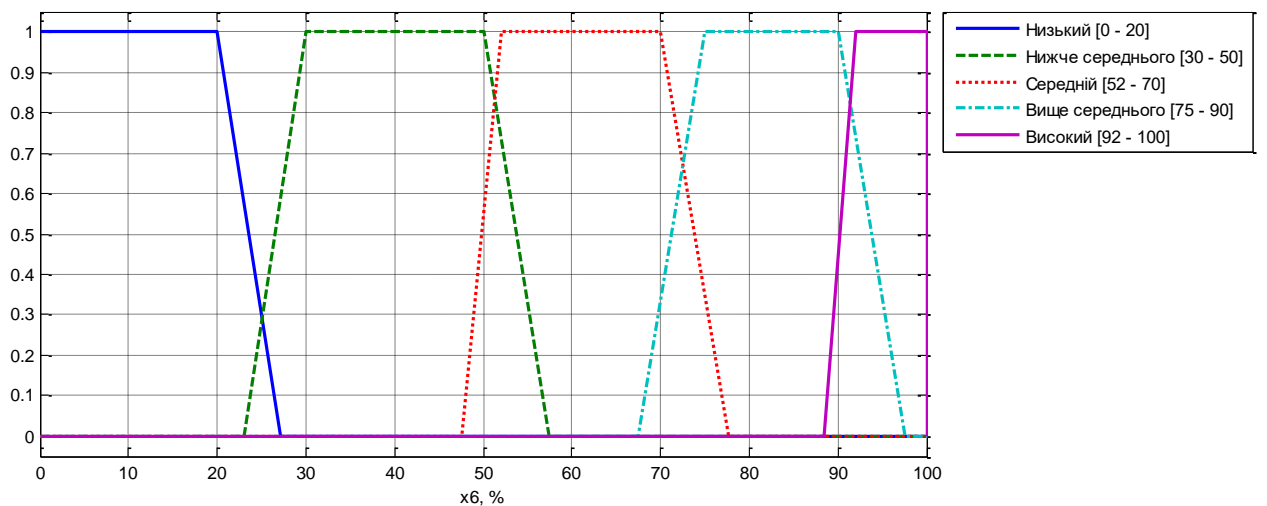


Рис. 3.2.3 Функція належності змінної G- можливого здійснення купівлі товарів в Інтернет-магазині литовської фірми

База знань чинника y_2 - рівень купівлі і Інтернет-магазині представлено у табл.7.5

База знань 1.1 для змінної y_2 та нечіткі логічні висловлювання

Вхідні змінні :

y_1 - Заовлення послуг основної діяльності з матеріалів компанії;

y_2 - Резервування заовленої послуги чи відкладена оплата;

y_3 - Заовлення послуг компанії з основної діяльності зі здійсненою передоплатою;

Вихідна змінна:

F-Рівень можливого купівлі товарів та заовлення послуг основної діяльності з використанням Інтернет ресурсів компанії(сайт, інтернет-магазин) (Н,НС,С,ВС,В).

Таблиця 3.2.4

База знань 1.1 для змінної G

y_1	y_2	y_3	F	
Н	Н	НС	Н	Якщо [$y_1=Н$]та[$y_2=Н$] [$y_3=НС$] то $G=Н$
Н	НС	НС	НС	Якщо [$y_1=Н$]та[$y_2=С$] [$y_3=С$] то $G=С$
НС	НС	НС	НС	Якщо [$y_1=С$]та[$y_2=С$] [$y_3=С$] то $G=С$
НС	Н	С	НС	Якщо [$y_1=С$]та[$y_2=В$] [$y_3=В$] то $G=ВС$
С	Н	С	С	Якщо [$y_1=С$]та[$y_2=В$] [$y_3=В$] то $G =В$
Н	С	С	С	
С	С	В	С	
С	В	ВС	ВС	
В	В	В	В	

Дефазифікація вихідних показників нашої моделі буде здійснюватись методом «центру ваг», зручне представлення якого є у моделі Мамдані програмного середовища MATLAB. Відповідно здійсненого моделювання у програмному забезпеченні можна зробити наступні висновки.

Отже, рівень оцінювання можливого здійснення купівлі товарів в Інтернет-магазині склав $F=0.5$,що відповідно нашої шкали відповідає середньому рівню (від 52% до 70%).

3.3. Алгоритм використання пакету програми MatLab 6.1 для побудови нечіткої моделі управління запасами на сучасних фірмах та компаніях

Застосування сучасних програмних середовищ типу Matlab дозволяє обробляти широкий спектр даних для вирішення складних управлінських завдань, одним з яких є управління запасами на підприємстві. Введення вхідних параметрів моделі для опрацювання інформації по наданні послуг та продаж товарі теплоізоляції з додатковим монтажем цього обладнання, яке здійснює фірма представимо на рисунку 3.3.1.

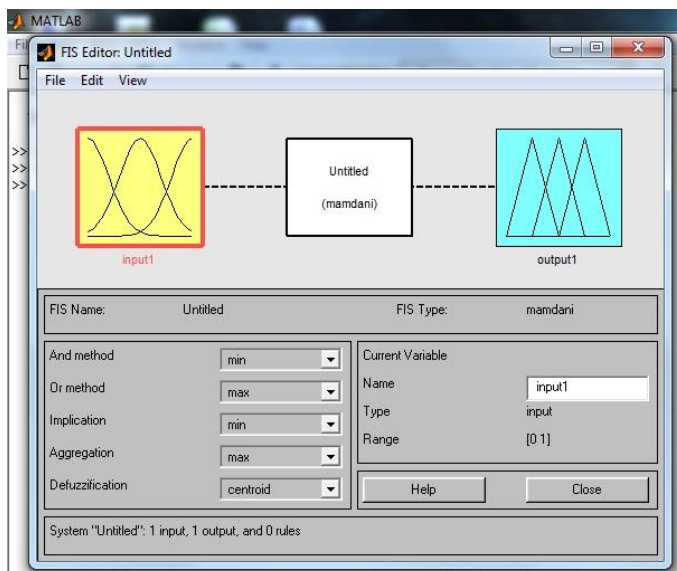


Рис3.3.1. Початковий інтерфейс роботи в програмі Matlab для введення вхідних параметрів

Другим кроком у діалоговому вікні вводимо потрібну нам кількість змінних, а саме 3 вхідних (x_1, x_2, \dots, x_n) та одну вихідну (F). Для цього задаємо потрібну кількість параметрів моделі- для вихідних, після вибору потрібної нам кількості змінних змінюємо їх назву на потрібну нам у полі «Name» (рис.3.3.2).

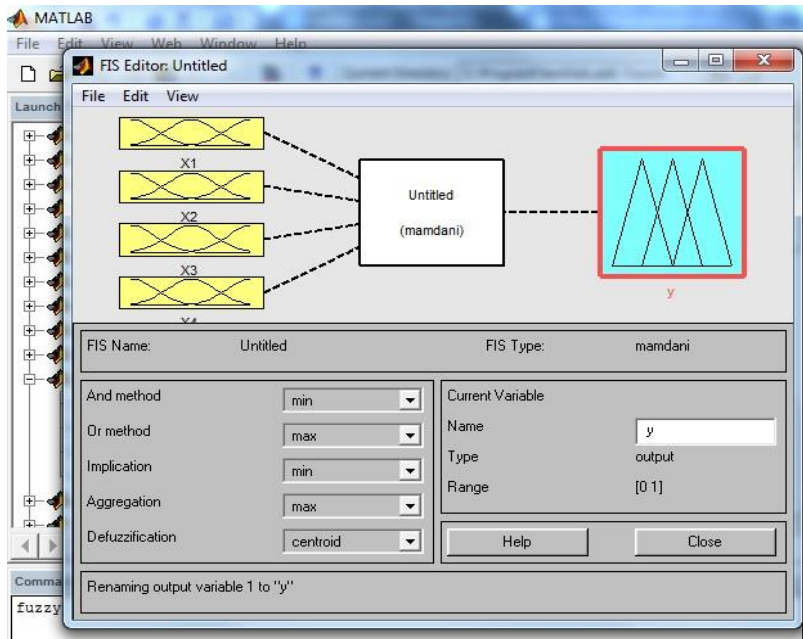


Рис. 3.3.2 Вибір проміжних параметрів досліджуваної моделі

Для введення даних заходимо у робоче поле інтерфейсу програми та вводимо конкретні параметри розробленої нами моделі. У наступному діалоговому вікні вводимо діапазон змінних», параметри відносно наших термів, візуалізацію проведених дій у програмному забезпеченні для розробленої нами моделі (рис.3.3.2).

Наступним етапом застосування інформаційної програми Matlab буде введені термів досліджуваних нами показників, які представлені на рисунку 3.3.3.

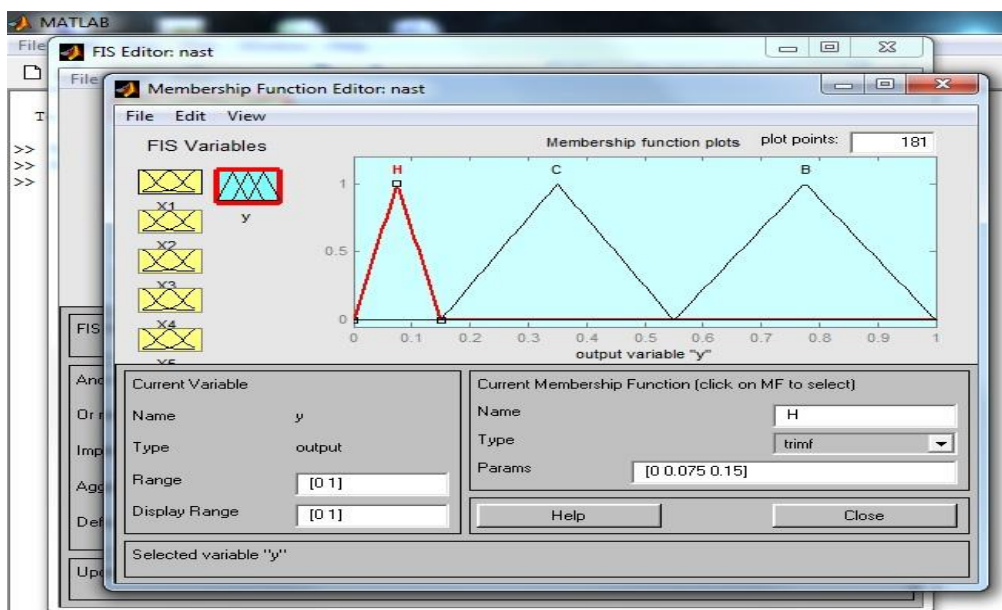


Рис.3.3.3. Ввід діапазону та параметрів моделі

На рисунку 3.3.3. представлено внесення діалоговому вікні та вносимо наші правила (рис.3.3.4.).

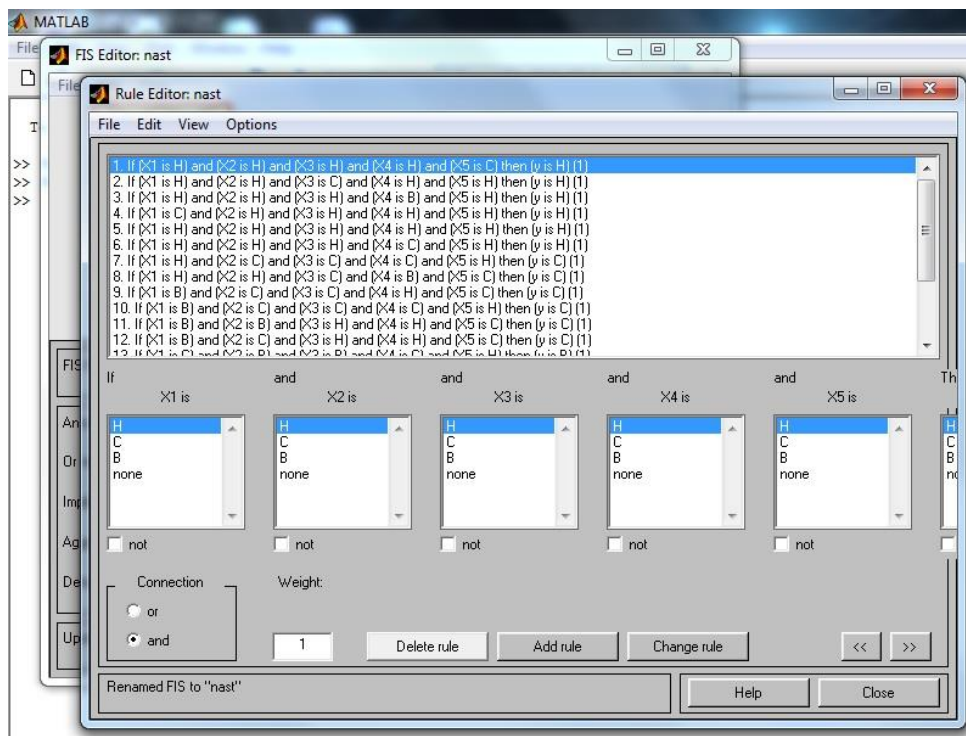


Рис.3.3.4. Внесення бази правил

Таким чином за допомогою пакету прикладної програми “MatLab 6.1” нами було здійснено побудову нечіткої моделі для визначення рівня використання інтернет ресурсів литовської компанії а саме застосування Інтернет-магазину по продажам товарів теплоізоляції, разом із монтажем приладів, що суттєво покращить фінансово-економічну динаміку показників діяльності литовської фірми та і вітчизняних компаній малого та середнього бізнесу в тому числі.

Оскільки литовська компанія планує вийти на український ринок з наданням послуг, то для реалізації стратегії розширення надання послуг, реалізація створення Інтернет-магазину, для продажі товарів по теплоізоляції та встановленні сонячних батарей та інших видів основної діяльності фірми, дозволять разом із продажами товарів, пропонувати ще і послуги монтажу вказаного обладнання, що дозволить суттєво розширити ринок надання послуг та покращити динаміку фінансово-економічних показників литовської компанії.

Також здійснимо моделювання управління запасами на литовському підприємстві згідно моделі Уілсона.

У той же час нестача запасів також негативно впливає на фінансовий стан підприємства, оскільки скорочується виробництво продукції через простой, зростає чутливість до росту цін на сировинні ресурси, зменшується сума прибутку.

Тому підприємство повинно постійно слідкувати, щоб виробництво своєчасно та у повному обсязі забезпечувалось усіма необхідними ресурсами та в той же час щоб вони не залежувались на складах.

Аналізуючи стан виробничих запасів, перш за все необхідно звернути увагу на вивчення їх динаміки та перевірку відповідності фактичних залишків їх плановим потребам.

Також важливим є те, що маючи обсяг запасу підприємство може швидше опрацювати замовлення клієнтів, так як продукція буде використовуватись вже виготовлена.

Визначимо наскільки змінився обсяг продукції за період від травня до прогнозованого грудня:

$$\Delta O_p = O_{p_1} - O_{p_0}, \quad (3.1)$$

$$\Delta O_p = -374,5 - 250 = -624,5$$

Визначимо який приблизний прибуток принесе зростання виробництва:

$$P = \Delta O_p * C_{ц}, \quad (3.2)$$

$$P = 124,5 * 65 = 8092,5 \text{ (тис. грн.)}$$

При зростанні обсягів надання послуг на 124,5 шт. встановленого обладнання прибуток даного підприємства збільшиться на 8092,5 тис грн., що є позитивним показником в економічній діяльності литовського підприємства. Розглянемо змодельований обсяг запасу. В якій загальний запас теплоізоляційного обладнання на складах фірми становить 3706544 комплектів. Якщо відняти точку замовлення за рік, яка становить 3130000, то отримаємо обсяг послуг, які можна реалізувати за певний проміжок часу (к-ть днів у році – роб. дні). А саме це:

$$O_{\Pi} = \frac{3}{B_d}, \quad (3.3)$$

$$O_{\Pi} = \frac{556544}{52} = 11087,38$$

Отже, підприємство може встановлювати та проводити монтаж обладнання в обсязі 11087, 38 шт. додаткового обсягу . Розрахуємо який економічний ефект буде від додатково реалізованого запасу:

$$\Pi = 11087,38 * 65 = 720680 \text{ (грн)}$$

Від реалізації послуг по додатковому монтажу теплоізоляційного обладнання литовська фірма отримає прибуток в розмірі 720680 грн.

Згідно нашого проведеного дослідження ми бачимо що постійне оновлення товарів на складу, динамічний видача та поповнення товарів на фірмі дозволить продуктивно працювати компаніям, бути конкурентоспроможними на ринку товарів і послуг і в свою чергу розширити представництво литовської компанії можливо на українському ринку.

Дослідивши наше підприємство та виявивши за допомогою SWOT-аналізу переваги компанії, розглянемо доцільність надання послуг із встановлення, монтажу та введення в експлуатацію сонячних панелей та сонячних електростанцій в тернопільському регіоні «під ключ».

До переваг електростанцій що використовують сонячну енергію відносяться:

1. Джерелом енергії слугує сонце, таке випромінювання є безкоштовним та відновлювальним;
2. Термін експлуатації станцій 25 років, що супроводжується високою надійністю;
3. Незначні витрати на експлуатацію;
4. Не складне технічне обслуговування;
5. Швидкий термін окупності інвестицій;
6. Отримання пасивного доходу в майбутньому;

Також до переваг можна віднести те що даний вид здобуття енергії в майбутньому можна використовувати як повністю автономну систему.

Така послуга розширить аудиторію користувачів послуг компанії, принесе додатковий дохід, добавить популярності бренду, та дасть змогу краще заявити про себе на закордонних ринках.

Проведемо розрахунки для варіанту (станція на 10 кВт), щоб дізнатися чи буде фінансово вигідне впровадження даного проекту

Для вибраного варіанту знадобиться:

Таблиця 3.3.1.

Вартість необхідних компонентів для проекту

Обладнання	Ціна, євро
36 модульнихпанелі 275 Вт/24В	6850
Інвертор на 10 кВт	1900
Металевий каркас	950
Кабель - 100м	230
Автоматика	190
Двохнапрямнийлічильник	190
Монтажні та налагоджувальніроботи	760
Всього	11070

Таблиця 3.3.2

Проведемо розрахунок чистої теперішньої вартості NPV та індекс прибутковостіPI, щоб визначити чи доцільно реалізовувати проект

Період	Грошовийпотік
0	-11073
1	2563
2	2947
3	3389
4	3897

Ставка дисконту становить – 7 % протягом всіх періодів.

Розрахуємо NPV за допомогою формули:

$$NPV = \sum_{t=1}^T \frac{C_{nt}}{(1+r)^t} - \sum_{t=1}^T \frac{C_{bt}}{(1+r)^t} \quad (5.1.)$$

Розрахунок чистої теперішньої вартості (NPV) для кожного періоду:

$$NPV_0 = -\frac{11073}{(1+0.07)^1} = -9\,799.11 \text{ євро}$$

$$NPV_1 = \frac{2563}{(1+0.07)^2} = 2\,238 \text{ євро.}$$

$$NPV_2 = \frac{2947}{(1+0.07)^3} = 2\,405 \text{ євро.}$$

$$NPV_3 = \frac{3389}{(1+0.07)^4} = 2\,585 \text{ євро.}$$

$$NPV_4 = \frac{3897}{(1+0.07)^5} = 2\,778 \text{ євро}$$

Знаходимо NPV за допомогою формули:

$$NPV = NPV_1 + NPV_2 + NPV_3 + NPV_4 - NPV_0$$

Отже, $NPV = 2238 + 2405 + 2585 + 2778 - 9799 = 207$ євро

Отримали додатне значення показника, це означає що проект доцільно впроваджувати.

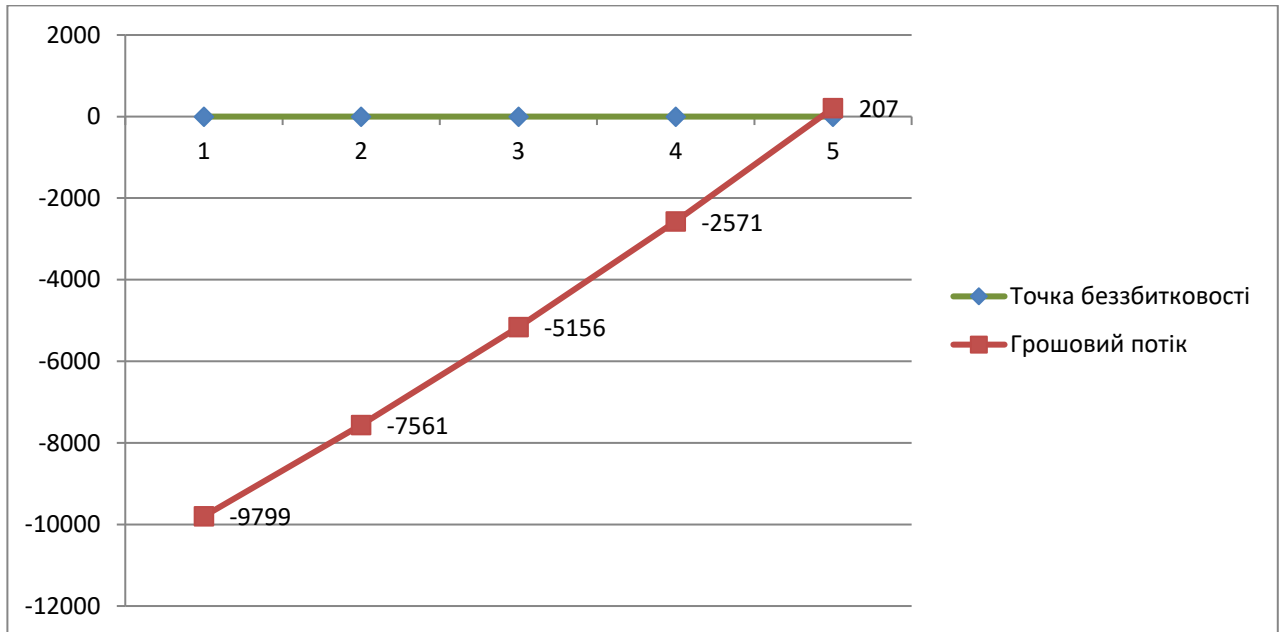
Знаходимо (індекс прибутковості) P_i за формулою:

$$P_i = \frac{NPV_1 + NPV_2 + NPV_3 + NPV_4}{NPV_0}$$

Звідси, $P_i = \frac{2238+2405+2585+2778}{9799} = 1,02$

Індекс прибутковості становить 1,02

Проведемо розрахунок терміну окупності використовуючи попередньо отримані результати та внесемо їх в діаграму.



Діаграма 3.3.1. Термін окупності проекту

Відповідно до отриманої діаграми складеної на основі розрахованих вище даних, термін окупності поточного проекту 5 років

У поточному розділі проведено економічне обґрунтування інвестиційного проекту UABВремена. Для визначення доцільності впровадження даного проекту було використано аналіз по формулах для розрахунку чистої теперішньої вартості NPV, індексу прибутковості та терміну окупності.

Також в розділі було розглянуто переваги які отримають замовники від переходу на альтернативне джерело енергії (сонячні батареї):

Відповідно до розрахунків було отримано результат $NPV = 2238 + 2405 + 2585 + 2778 - 9799 = 207$ євро. це означає що чиста теперішня вартість є прибутковою і індекс прибутковості становить 1,02

За допомогою отриманих даних була складена діаграма періоду окупності проекту. Термін окупності для встановленої електростанції являється 5 років.

4. ОХОРОНА ПРАЦІ ТА БЕЗПЕКИ У НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЯХ

Відповідальність за організацію і здійснення навчання і перевірки знань працівників з питань охорони праці відповідно до вимог Типового положення покладається на керівника підприємства, у структурних підрозділах (цеху, ділянці, лабораторії, майстерні і т.п.) - на керівників цих підрозділів, а контроль - на службу охорони праці.

Всі приміщення обладнанні протипожежними датчиками, що можуть сигналізувати про зміну повітря в приміщенні.

Також освітлення у офісах відповідає вимогам санітарним нормам відповідно інструкції з охорони праці для офісних працівників.

Всі приміщення» обладнання протипожежними засобами.

Пожежна безпека (категорія приміщень за вибухо-пожежною небезпекою, первинні засоби пожежогасіння, шляхи евакуації, пожежна сигналізація)

Пожежна безпека – стан об'єкта, при якому з регламентованою ймовірністю виключається можливість виникнення та розвиток пожежі і впливу на людей її небезпечних факторів, а також забезпечується захист матеріальних цінностей.

Категорія пожежної небезпеки приміщення (будівлі, споруди) – це класифікаційна характеристика пожежної небезпеки об'єкта, що визначається кількістю і пожежонебезпечними властивостями речовин і матеріалів, які знаходяться (обертаються) в них з урахуванням особливостей технологічних процесів, розміщених в них виробництв.

Відповідно до ОНТП 24-86, приміщення за вибухопожежною та пожежною небезпекою поділяють на п'ять категорій (А, Б, В, Г, Д). Якісним критерієм вибухопожежної небезпеки приміщень (будівель) є наявність в них речовин з певними показниками вибухопожежної небезпеки. Кількісним критерієм визначення категорії є надмірний тиск, який може розвинути при вибуховому загорянні максимально можливого скупчення (навантаження) вибухонебезпечних речовин у приміщенні.

забезпечене всім необхідним щодо охорони праці та її безпеки, а саме: пожежними кранами, вогнегасниками, пожежними щитами (в цехах), вентиляціями, план-схемами евакуації людей та майна.

Первинні засоби пожежогасіння – засіб для ліквідації загорянь, пожеж, які застосовуються до приведення в дію стаціонарних систем і установок пожежогасіння або прибуття пожежних підрозділів.

До первинних засобів пожежогасіння належать: вогнегасники, пожежні крани-комплекти, ручні насоси, лопати, ломи, сокири, гаки, пили, багри, ящики з піском, бочки з водою, азбестові полотнища, повстяні мати та ін.

Первинні засоби пожежогасіння розміщують на пожежних щитах, які встановлюють на території об'єкта з розрахунку один щит на 5000 м². Вони пофарбовані у червоний колір, а пожежний інструмент у чорний.

Евакуація з підприємства проводиться способом, який передбачає організоване виведення основної частини людей із секторів надзвичайних ситуацій техногенного та природного характеру через усі можливі виходи пішим ходом по заздалегідь розроблених маршрутах.

Територія підприємства має зовнішнє освітлення, яке забезпечує швидке знаходження пожежних драбин, протипожежного обладнання, евакуаційних виходів будинків та споруд.

На території розміщені плани евакуації, встановлені таблички із зазначенням порядку виклику пожежної охорони, знаки місць розміщення первинних засобів пожежогасіння.

Евакуаційні шляхи не повинні включати ділянки, що ведуть:

а) через ліфтові холи і тамбури перед ліфтами у будинках зі сходовими клітками типів Н1-Н4;

б) через приміщення, виходи із яких повинні бути закриті відповідно до умов експлуатації;

в) транзитом через сходові клітки, коли площадка сходової клітки є частиною коридору.

Система пожежної сигналізації складається з пожежних сповіщувачів (пристроїв для формування сигналу про пожежу), які включені у сигнальну лінію (шлейф), приймально-контрольного приладу, ліній зв'язку.

Пожежні сповіщувачі перетворюють прояви пожежі (тепло, світло полум'я, дим) в електричний сигнал, який по лініях зв'язку надходить до контрольно-приймального приладу. Контрольно-приймальний прилад здійснює приймання інформації від пожежних сповіщувачів, виробляє сигнал про виникнення пожежі чи несправності, передає цей сигнал та видає команди на інші пристрої (наприклад, включає автоматичні установки пожежогасіння чи димовидалення).

4.1. Управління ЦЗ та регулюванням на НС на підприємстві відповідного профілю (за напрямками підготовки)

Цивільний захист на підприємстві, в установі, організації (далі – об'єкті) організується з метою своєчасної підготовки об'єкта до захисту від наслідків НС та оперативного проведення рятувальних і інших невідкладних робіт.

Згідно зі ст. 8 закону України «Про цивільну оборону України» «Керівництво підприємств, установ і організацій незалежно від форм власності і підпорядкування забезпечує своїх працівників засобами індивідуального та колективного захисту, організовує здійснення евакозаходів, створює сили для ліквідації наслідків НС та забезпечує їх готовність до практичних дій, виконує інші заходи з цивільної оборони і несе пов'язані з цим матеріальні та фінансові витрати в порядку та обсягах, передбачених законодавством».

На об'єктах підвищеної небезпеки (радіаційно-, хімічно-, вибухонебезпечних) створюються локальні системи виявлення загрози виникнення НС і оповіщення працівників цих об'єктів та місцевого населення, що проживає в зоні можливого ураження (згідно з законом України «Про цивільну оборону України» власники таких об'єктів відповідають за захист населення, що проживає в зонах можливого ураження від наслідків аварій на цих об'єктах). Відповідно до затвердженої Державної цільової соціальної програми розвитку цивільного захисту на 2009-2013 роки, вищеназвані

локальні системи мають бути створені до 2013 року на всіх об'єктах підвищеної небезпеки.

Відповідальність за цивільний захист об'єкта несе керівник цього об'єкта, він є начальником ЦЗ об'єкта і підпорядковується своєму старшому начальнику (міністерства чи відомства), а в оперативному відношенні начальнику цивільного захисту міста чи району.

Начальник цивільного захисту об'єкта несе відповідальність за:

- створення, організацію, підготовку і дієдатність системи цивільного захисту на підпорядкованому об'єкті;
- забезпечення захисту персоналу (а на об'єктах підвищеної небезпеки і за захист населення, що проживає в зонах можливого ураження від наслідків аварій на цих об'єктах) під час загрози або виникнення надзвичайних ситуацій техногенного, природного та воєнного характеру;
- організацію і здійснення заходів щодо попередження НС, а у разі їх виникнення – за мінімізацію збитків від них;
- створення і організацію роботи системи оповіщення на об'єкті;
- створення і організацію роботи комісії з питань техногенно-екологічної безпеки та надзвичайних ситуацій, а також евакуаційної комісії об'єкта;
- постійну готовність органів управління і невоєнізованих формувань об'єкта до функціонування в мирний і воєнний час;
- фінансове та матеріально-технічне забезпечення заходів у сфері цивільного захисту;
- підготовку і навчання персоналу до дій у НС.

Наказом начальника ЦЗ об'єкта призначаються заступники (як варіант – з евакуації, інженерно-технічної частини, з матеріально-технічного постачання, з оперативних питань).

Органом управління з питань надзвичайних ситуацій та цивільного захисту об'єкта є штаб цивільної оборони та надзвичайних ситуацій (штаб ЦО та НС) (далі – штаб ЦО).

Штаб ЦО очолює начальник штабу, який є першим заступником начальника ЦЗ об'єкта. До складу штабу входять заступники начальника штабу

і необхідні спеціалісти. Штаб комплектується як штатними працівниками ЦЗ об'єкта так і посадовими особами підприємства, не звільненими від виконання своїх основних обов'язків.

Начальник штабу ЦО відповідає за безпосередню організацію та функціонування сил і засобів цивільного захисту під час загрози або виникнення надзвичайних ситуацій техногенного, природного та воєнного характеру. Він має право віддавати розпорядження з питань цивільної оборони, захисту від НС техногенного, природного та воєнного характеру від імені начальника цивільного захисту об'єкту.

Начальник штабу ЦО несе відповідальність за:

- організацію своєчасного оповіщення і збору персоналу об'єкта;
- організацію роботи і узгодженість дій створених на об'єкті органів управління і структурних підрозділів цивільного захисту;
- розробку планової документації з питань цивільного захисту, її своєчасне уточнення і коригування;
- стан готовності особового складу невоєнізованих формувань цивільного захисту до дій за призначенням;
- своєчасне доведення до виконавців рішень начальника цивільного захисту та організацію контролю за їх виконанням;
- організацію збору і аналізу інформації щодо вірогідного виникнення надзвичайних ситуацій, відпрацювання пропозицій щодо захисту персоналу (а на об'єкті підвищеної небезпеки і населення, що проживає в зоні можливого ураження від наслідків аварії на цьому об'єкті) від їх наслідків;
- виконання заходів, спрямованих на підвищення стійкості роботи об'єкта в воєнний час та при виникненні надзвичайної ситуації техногенного або природного характеру;
- організацію взаємодії з місцевими органами державної влади, підрозділами МНС України, аварійно-рятувальними службами тощо;
- організацію спеціальної підготовки і підвищення кваліфікації персоналу у сфері цивільної оборони, захисту від надзвичайних ситуацій.

ВИСНОВКИ

У розділі номер один дипломної роботи подана загальна інформація по досліджуваній проблемі. Розглянуто праці авторів як вітчизняних так і закордонних, проведено аналіз даних праць. Висвітлено та описано головну ціль, мету та місію дослідної компанії.

Головна мета UABBREMENA- стати ефективною інженерною компанією, яка надає якісні послуги за найвигідніших для користувача умов. З цією метою була розроблена та впроваджена система управління якістю та навколишнім середовищем відповідно до вимог стандартів ISO 9001: 2015 та ISO 14001: 2015, що дає змогу постійно вдосконалювати діяльність компанії, якість її послуг, зменшувати вплив на навколишнє середовище, забезпечувати відповідність вимогам системи управління споживчі потреби.

Місією компанії є інформувати та консультувати населення по альтернативній енергетиці, чим включно забезпечувати турботу про навколишнє довкілля.

Основними стратегічними цілями та завданнями компанія поставила собі:

Постійно підвищувати ефективність системи управління якістю та довкіллям;

Керувати та постійно зменшувати негативний вплив на діяльність організації;

Розширити перелік технологій, прийнятих організацією, та встановити відповідні партнерські стосунки з організаціями, що володіють цими технологіями;

Використовувати екологічно сучасні матеріали та технології, використовувати природні ресурси економно та раціонально, здійснювати запобігання забрудненню;

У другому розділі було проаналізовано фінансові показники UABVremena на основі звітів про фінансовий стан компанії за 2016 – 2019 роки. Та здійснено SWOT аналіз щоб детальніше розуміти можливості, загрози, сильні та слабкі сторони компанії.

Відповідно до дослідження дохід від реалізації продукції за період 2016-2019 років збільшився, що є позитивним явищем.

У статті власного капіталу ситуація інша, спостерігається незначне скорочення, а саме до 97,17 відсотків від початкового стану.

Темп росту валового прибутку у 2019 р. дорівнював (92,43%), що в абсолютній величині на 16161 тис.євро менше чим у 2016р. (213603 тис.євро) це свідчить про спад.

Адміністративні витрати у 2016 р. становили (146712 тис.євро) зросли 103,16% у 2019 році та становили 151350 тис.євро

Власний капітал який у взятому за базовий 2016 році дорівнював 660090 тис.євро, скоротився, темп приросту отримав значення 97,17% в порівнянні із звітним 2019 роком в якому становив 641353 тис.євро. що на 18737 тис. євро. менше.

Крім того проведений, SWOT-аналіз компанії в майбутньому допоможе виявити сильні та слабкі сторони. Детальний аналіз дає можливість скорегувати стратегію розвитку та врахувати нові можливості та конкурентні переваги. Використати всі переваги UAB BREMENA і уникнути «ударів» від конкурентів по слабких місцях.

Розділ забезпечує економічну основу для інвестиційних проектів UAB Bremen. Для визначення доцільності проекту ми використовуємо формули для обчислення чистої теперішньої вартості, рентабельності та періоду окупності

У розділі також розглядається те, яку вигоду отримують клієнти, перейшовши на альтернативні джерела енергії (сонячні батареї):

Ми дослідили результати - $NPV = 2238 + 2405 + 2585 + 2778 - 9799 = 207$ євро. Це означає, що чиста теперішня вартість прибуткова при співвідношенні прибутку 1,02

Використавши отримані дані з'ясував період окупності. Термін окупності встановлених електростанцій - 5 років.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ляпунов А.Д. Формирование и оптимизация системы сбыта на основе системного анализа. [Электронный ресурс]. / Ляпунов А.Д.
2. Наумов В.Н. Маркетинг сбыта / В.Н. Наумов. – СПб.: СПбГУЭФ, 1999. - 51 с.
3. Браун К. Практическое пособие по стимулированию сбыта / К. Браун. - М., 2003. - 382 с.
4. Кальченко А.Г. Основы логістики: навч. посібн. / А.Г. Кальченко. — К.: Вид-во «Знання», КОО, 1999. — 135 с.
5. Лук'янець Т.І. Маркетингова політика комунікацій : навч.-метод. посібн. / Т.І. Лук'янець. — К.: Вид-во КНЕУ, 2002. — 272 с.
6. Вертоградов В. Управление продажами / В. Вертоградов. 2-е изд. — СПб. : Питер, 2005. — 240 с: ил. — (Серия "Маркетинг для профессионалов").
7. Балабанова Л. В. Маркетинговый аудит системы сбыта : монография / Л. В. Балабанова, А. В. Балабаниц. - Донецк : ДонГУЭТим. М.Туган-Барановского, 2003. - 189 с.
8. Белінський П.І. Менеджмент виробництва та операцій : підручник / П.І. Белінський. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 624 с.
9. Бурцев В.В. Формирование сбытовой политики организации как основа совершенствования системы сбыта [Электронный ресурс]. / Бурцев В.В. // Маркетинг за рубежом – 2002. - №6
10. Глазкова К.О. Проблеми збутової політики сучасних українських підприємств / К.О. Глазкова – Вісник КНУТД Проблеми економіки організацій та управління підприємствами – 2014. – № 3. – С. 102-107.
11. 18. Яковлев А.А. Сбытовая деятельность торгового предприятия: понятие и сущность / А.А. Яковлев // Управление продажами. — 2009. — № 03 (46). — С. 134—141.
12. Д. И. Баркан Управление сбытом : учеб. пособ. / Д. И. Баркан. - СПб., 2004. - 341 с.

13. Хрупович С.Є. Економічне оцінювання та управління збутовою діяльністю підприємств : дис.. канд.. екон. наук : 08.06.01 / С.Є. Хрупович. – Львів, 2005. – 202 с.

14. Ф. Котлер. Основы маркетинга. Краткий курс.: [пер. с англ.] / Ф.Котлер — М.: Издательский дом "Вильямс", 2005. — 656 с.

15. Капп Т.О. Сбытовая политика подшипникового предприятия / Т.О. Капп – Экономика и 20

16. Лагоцька Н.З. Уточнення змісту та актуальні принципи збутової політики збутової політики підприємства /Н.З. Лагоцька // Бізнес інформ – 2014. - №5 - С. 302-305.

17. Загальна інформація про «UAB Bremen» Режим доступу:
<http://www.bremena.lt/apie-imone>