

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра Економіки підприємства та організації підприємницької діяльності  
(найменування кафедри)

Допущено до захисту  
Завідувач кафедри  
Семенова В.Г.

-  
-      (підпис)  
          ||

2019 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**  
**на здобуття освітнього ступеня магістра**  
зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»  
(шифр та найменування спеціальності)  
за магістерською програмою професійного спрямування  
«Економіка та стратегія розвитку підприємства»  
(назва магістерської програми)

на тему: «Стратегія підвищення прибутку підприємства  
(на прикладі ПрАТ «Чумак») »  
(назва теми)

**Виконавець:**

студент центру заочної та вечірньої форм на-  
вчання

Сківка Є.А  
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

**Науковий керівник:**

К.е.н., доцент  
(науковий ступінь, вчене звання)

Танасюк І.М.  
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП.....</b>	<b>3</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ .....</b>	
<b>1.1 Сутність прибутку, його функції та значення для підприємства.....</b>	<b>6</b>
<b>1.2. Формування прибутку підприємств , його розподіл та фактори , що впливають на його рівень прибутку .....</b>	<b>14</b>
<b>1.3. Стратегічні особливості формування прибутку підприємства в сучасних умовах.....</b>	<b>19</b>
<b>РОЗДІЛ 2. СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОГО ТА ВНУТРІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ПРАТ «ЧУМАК».....</b>	
<b>2.1. Техніко - економічна характеристика та оцінка результатів фінансово - господарської діяльності за період з 2014 до 2018 року.....</b>	<b>23</b>
<b>2.2. Аналіз рівня та динаміки прибутку ПрАТ «Чумак».....</b>	<b>44</b>
<b>2.3. Основні тенденції ринку харчових підприємств в Україні та SWOT-аналіз ПрАТ «Чумак».....</b>	<b>52</b>
<b>2.4. Статистичний аналіз динаміки прибутку ПрАТ «Чумак» та прогноз збільшення прибутку на перспективу.....</b>	<b>68</b>
<b>РОЗДІЛ 3 . СТРАТЕГІЯ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКУ ПРАТ «ЧУМАК».....</b>	
<b>ВИСНОВКИ.....</b>	<b>85</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....</b>	<b>87</b>

## ВСТУП

Розвиток ринкових відносин в Україні здійснюється в умовах переорієнтації господарських зв'язків підприємств, відсутності управлінського досвіду розробки ефективних стратегії та їх виконання в ринковому середовищі. За таких умов значного поширення на підприємствах набула криза прибутковості внаслідок погіршення виробничого стану підприємств, незадовільної технічної та вікової структури основних засобів, використання старих технологій, за відсутності фінансового менеджменту і зміни управлінської культури.

Особливого значення проблематика прибутковості підприємств набуває в умовах зростання конкуренції.

З'ясуванню сутності й природи прибутку значну увагу приділяли представники зарубіжної економічної та фінансової науки. Внесок у дослідження зазначеної проблеми зробили вчені Д. Гелбрейт, Ф. Найт, Дж. Робінсон, Е. Сайке, П. Самуельсон, Р. Харрод, Е. Чемберлін, Й. Шумпетер й ін. З розвитком корпоративних фінансів, фінансового менеджменту й корпоративного управління як напрямків економічної науки зарубіжні дослідники виявляли особливий інтерес до проблем формування прибутку фірм, що знайшло відображення у працях таких економістів, як Г. Александер, Д. Бейлі, Р. Брейлі, Є. Брігхем, Б. Коласс, С. Майєрс, А. Мертенс, І. Шарп та ін.

У період командно-адміністративної економіки науковці активно займалися аналізом фінансових проблем на мікрорівні, звертаючи значну увагу на теоретичні аспекти прибутку, механізми його формування, розподілу і використання. Актуальність проблеми формування прибутку підприємств у ринкових умовах, теоретична і практична значущість з урахуванням особливостей галузі, виду економічної діяльності, форм власності, організаційно-правових типів та видів суб'єктів господарювання зумовили вибір теми кваліфікаційної роботи.

Метою кваліфікаційної роботи є розгляд теоретичних засад сутності прибутку, організаційно-правових основ і технологій формування прибутку підприємств та розробка стратегії підвищення прибутку та практичних рекомендацій щодо її виконання ТОВ «Чумак» у сучасних ринкових умовах.

Відповідно до визначеної мети запропоновано виконати такі основні завдання для її досягнення: - розглянути теоретичні основи поняття „прибуток», розкрити його сутність, узагальнити види й функції;

- з'ясувати особливості формування прибутку підприємств у ринкових умовах;

- розглянути чинники та критерії формування прибутку підприємств;

- проаналізувати особливості формування різних видів прибутку ПрАТ «Чумак» з 2014 до 2018 року;

- визначити тенденції та закономірності розвитку ринків продукції ПрАТ «Чумак»;

- здійснити факторний аналіз формування прибутку та розробити прогноз цього показника на перспективу;

- визначити основні тенденції зовнішнього середовища ПрАТ «Чумак» та здійснити SWOT-аналіз підприємства;

- розробити стратегію підвищення прибутку ПрАТ «Чумак» та практичні рекомендації щодо її виконання.

Об'єктом дослідження даної кваліфікаційної роботи є рівень прибутку ПрАТ «Чумак» за період з 2014 до 2018 рр. та фактори, які його визначають. Предметом дослідження є розробка стратегії підвищення прибутку ПрАТ «Чумак» .

Теоретичну основу дисертації становлять праці класиків економічної науки, дослідження сучасних вітчизняних та зарубіжних вчених-економістів, присвячені обґрунтуванню сутності прибутку, розгляду теоретико-методологічних і практичних аспектів формування прибутку підприємств.

Методичний апарат кваліфікаційної роботи формують: діалектичний метод наукового пізнання, системний та комплексний підхід до вивчення те-

оретичних та практичних аспектів формування прибутку підприємств, у межах якого в роботі використовувались методи наукової абстракції при узагальненні підходів до визначення соціально-економічної сутності прибутку й систематизації його видів;

- статистичні прийоми групування, динамічних порівнянь – при узагальненні практичних аспектів формування прибутку, виявленні його динаміки і основних факторів змін;

методи аналізу та синтезу – при дослідженні фінансового результату ПрАТ «Чумак»;

- статистичний метод – при визначенні впливу факторів на рівень прибутку;

- метод економічного моделювання та прогнозування – при розрахунку прогнозу прибутку ПрАТ «Чумак» на перспективу.

Інформаційною базою дослідження є законодавчі та нормативно-правові акти з питань функціонування підприємств Міністерства освіти і науки України, Міністерства фінансів України, Державної служби статистики України, річні звіти та матеріали досліджуваного підприємства, довідкова література; аналітичні розрахунки автора, виконані у процесі проведення дослідження.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у розробці стратегії підвищення прибутку ПрАТ «Чумак» на основі комплексного аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища за період з 2014 до 2018 року.

## ВИСНОВКИ

ПрАТ «Чумак» - найбільший український виробник натуральних харчових продуктів. Торгова марка "Чумак" - одна з найвідоміших і найпопулярніших в Україні. Підприємство успішно працює на ринках кетчупу, майонезу і соусів, макаронів, овочевої консервації.

Сучасний розвиток харчових підприємств характеризується значним поживаленням, посиленням конкуренції між товаровиробниками. Це змушує їх надавати більшого значення стратегічному маркетинговому управлінню, дослідженню та аналізу ринку. Переробні підприємства більше уваги приділяють власній політиці ціноутворення, просуванню та маркетингу в цілому, а також ефективним стратегіям конкурентів. Проблеми стратегічного управління на підприємствах харчової промисловості пов'язані з специфікою, яка характерна для виробників продуктів харчування. До них можна віднести:

- значний вплив сезонності в галузях, які займаються переробкою сільськогосподарської сировини;
- продукції підприємства харчової промисловості призначена для кінцевого споживача, тому на обсяг реалізації впливає рівень добробуту населення підприємствам.

Ринок майонезу, кетчупу та інших соусів України високо конкурентний, при цьому основна боротьба розгортається між вітчизняними виробниками, оскільки імпортери займають незначну нішу ринку. Виходячи з цього основним завданням як існуючих, так і нових гравців ринку, є пошук вільних або швидкозростаючих ніш на ринку. При цьому великі гравці за допомогою реклами та маркетингових ходів можуть фактично створювати нові ніші, виводячи на ринок нові продукти, тоді як для дрібних гравців просування нового продукту ускладнено. Крім того висока конкуренція на ринку робить актуальним питанням досягнення високої якості продукції при збереженні конкурентоспроможної ціни.

Проведене дослідження основних результатів діяльності ПрАТ «Чумак» з 2014- 2018 рр . показало, що на підприємстві спостерігається позитивна тенденція збільшення результативних показників діяльності підприємства , а темпи приросту чистого прибутку випереджають приріст доходу. Така динаміка забезпечує зниження витрат на 1 грн. товарної продукції та збільшує її конкурентоспроможність .

Серед основних проблем ПрАТ —Чумак можна назвати такі: низький рівень технологічного оснащення обладнання, сезонність, залежність від рівня забезпеченості сировиною та завантаженості потужностей;; зниження попиту на продукти переробки в зв'язку із низькою купівельною спроможністю населення; високий рівень конкуренції з боку інших підприємств. В таких умовах підприємство мусить збільшувати обсяги реалізації продукції через вдосконалення роботи дистрибуційної мережі, активно здійснювати маркетингові заходи, розширювати асортиментний ряд продукції та її подальше просування на ринках збуту.

Для підтримання попиту на необхідному рівні та утримання своєї долі ринку при сильній конкуренції імпортних виробників ПрАТ «Чумак» необхідно постійно оновлювати продукцію відповідно до попиту споживачів.

Таким чином, стратегія підвищення прибутку підприємства мусить враховувати розвиток всесезонних напрямів та диверсифікація виробництва для боротьби з сезонністю виробництва та реалізації продукції; вертикальна інтеграція у напрямку співпраці з фермерськими господарствами ; збільшення або перерозподіл маркетингового бюджету, зокрема на просування продукції за допомогою реклами на телебаченні. Для реалізації запропонованої стратегії в третьому розділі обґрунтовані заходи для її реалізації, а саме : впровадження системи фірми Агровент для видалення вуглекислого газу виробництва з овочесховищ, виробництво нових видів макаронів, заміна закордонного на вітчизняного постачальника сировини.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Ансофф И., Макдоннелл Э.Дж. Новая корпоративная стратегия / Пер. с англ. – СПб.: Питер Ком, 1999. – 416 с.
2. Бердар М. М. Фінанси підприємств. Навч. посіб. / М. М. Бердар. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 352 с.
3. Білошапка В.А. Резерви зростання результативності бізнесу в умовах економічного спаду / В.А. Білошапка // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – № 1(155). – С. 115–117.
4. Блонська В.І. Економіка підприємства: теорія і практикум / В.І. Блонська, Т.Г. Васильців, С.С. Гринкевич. – Львів: Магнолія 2012, – 688 с.
5. Всеобщее управление качеством: Учебник для вузов / О. П. Глудкин, Н. М. Горбунов, А. И. Гуров, Ю. В. Зорин. Под ред. О. П. Глудкина. — М.: Горячая линия — Телеком, 2001. — 600 с.
6. Використання прибутку комерційних підприємств / Б.В. Сидяга, В.О. Ониськів // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки. – 2014. – Вип. 3. – С. 144–152.
7. Гетьман О.О. Економіка підприємства / О.О. Гетьман. – К.: ЦНЛ, 2011. – 488 с.
8. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. N 436-ІУ, ВВР, 2003, N 18,К 19-20, Н21-22, ст. 144.
9. Джеджула В.В. Енергозбереження промислових підприємств: методологія формування, механізм управління: монографія / В. В. Джеджула. – Вінниця: ВНТУ, 2014. – 347 с.
10. Джеджула В. В. Визначення резервів збільшення прибутку від енергозберігаючих заходів / В. В. Джеджула // Економічний аналіз: зб. наук. праць. – 2012. – Вип. 11. – Ч. 2. – С. 198-200.
11. Гендиректор «Чумака»: Імідж України заважає виробникам виходити на нові ринки. [Електронний ресурс] /07.06.2017. – Режим доступу:



<http://oboz.ks.ua/economy/gendirektor-chumaka-imidzh-ukrayini-zavazhaye-virobnikam-vihoditi-na-novi-rinki-060737569>

12. Гудзинський О.Д. Управління формуванням конкуренто-спроможного потенціалу підприємств (теоретико-методологічний аспект) : монографія / О.Д. Гудзинський, С.М. Судомир, Т.О. Гуренко; Інститут підготовки кадрів державної служби зайнятості України. – К.: ІПК ДСЗУ, 2010. – 212 с.
13. Гетьман О. О., Шаповал В. М. Економіка підприємства: Навч. посіб. – 2-ге видання. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – С. 313
14. Денисенко М. П., Гречан А. П., Шилова К. О. Методика кількісної оцінки конкурентоспроможності підприємства швейної галузі // Економіка та держава. – К. – 2005. – № 8. – С. 36 – 38. Дорнбуш Р., Фишер С. Экономика. – МГУ: ИНФРА-М, 2008.
15. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
16. Дикань В.Л. Стратегічне управління : [навч. посіб.] / В.Л. Дикань, В.О. Зубенко, О.В. Маковоз [та ін.]. – Київ : ЦУЛ, 2013. – 272 с.
17. Економіка підприємства: Підручник / За заг. ред. С. Ф. Покропивного. – 2-е вид., перероб. та доп. – К.: КНЕУ, 2001. – 528 с.
18. Економічна діагностика: Навч. посібник / Косянчук Т. Ф., Лук'янова В. В., Майорова Н. І., Швид В. В. / За заг. ред. Т. Ф. Косянчук. – Львів: «Новий світ – 2000», 2007. – 452 с.
19. Зверяков М. І. Промислова політика і механізм її реалізації / М. І. Зверяков // Економіка України. - 2016. - № 6. - С. 3-18.
20. Зінченко О.А. Показники і критерії якості прибутку підприємства на етапі його використання / О.А. Зінченко // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 7 (97). – С. 106–111.
21. Кирчата І.М., Поясник Г.В. Управління конкурентоспроможністю підприємства в глобальному середовищі : монографія / І.М. Кирчата, Г.В. Поясник. – Харків : Вид-во ХНАДУ. – 2009. – 160 с.
22. Клименко С.М. Управління конкурентоспроможністю підприємства / С.М. Клименко, О.С. Дуброва, Д.О. Барабась. – К.: КНЕУ, 2006. – 527 с.

23. Кныш М. И. Конкурентные стратегии: Учеб. пособие. — СПб.: Б. и., 2000. — 284 с.
24. Ковальчук І.В. Економіка підприємства / І.В. Ковальчук. — К.: Знання, 2012. — 679 с.
25. Конкурентоспроможність національної економіки / За ред. д-ра екон. наук Б.Є. Кваснюка. — К. : Фенікс, 2005. — 582 с.
26. Ламбен Ж.Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок / Ж.Ж. Ламбен. — СПб.: Питер, 2007. — 800 с.
27. Лapidус В. А. Всеобщее качество (TQM) в российских компаниях / Гос. ун-т управления; Нац. фонд подготовки кадров. — М.: ОАО «Типография «Новости», 2000. — 432 с.
28. Левицька А.О. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства: вітчизняні та закордонні підходи до класифікації // Механізм регулювання економіки. — 2013. — № 4. С.155-163.
29. Лифиц И.М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг — М : Юрайт-М, 2001. — 224 с.
30. Лифиц И.М. Формирование и оценка конкурентоспособности товаров и услуг: Учеб. пос. — М, Юрайт-Издат, 2004. — 335с.
31. Манів З.О. Економіка підприємства / З.О. Манів, І.М. Луцький. — К.: Знання, 2013. — 580 с.
32. Міністерство фінансів України [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://minfin.com.ua/>.
33. Мочерний С. В., Устенко О. А., Чоботар С. І. Основи підприємницької діяльності: Посібник. — К: Видавн. Центр «Академія», 2001. — 280с.
34. Огвоздин В. Ю. Управление качеством. Основы теории и практики: Учебн. пособие. — М.: Дело и сервис, 2002. — 160 с.
35. Панасенко Д. А. Системний підхід до показників конкурентоспроможності // Формування ринкових відносин в Україні. — 2008. — №3.
36. Пасічник В.Г. Організація виробництва / В.Г. Пасічник. — К.: ЦНЛ, 2013. — 248 с.

37. Пастернак-Таранушенко Г., Рожок В. Конкуренция. Курс лекций и практических на русском и украинском языках. – К.: ЦУЛ, 2002. – 322 с.
38. Петрович Й. М., Кіт А. Ф., Економіка підприємства: Підручник / За ред. Й. М. Петровича. – Львів: «Новий світ – 2000», 2004. – 680 с.
39. Повернення смаку: про деякі результати аналізу ринку кетчупу в Україні. – Режим доступу: <https://vezha.net.ua/suspilstvo/povernennya-smaku-pro-deyaki-rezultati-analizu-rinku-ketchupu-v-ukrayini/>
40. Поддєрьогін А.М. Фінанси підприємств: підручник – 6-ге вид., переробл. і виправ. / А.М. Поддєрьогін. – К.: КНЕУ, 2012. – 552 с.
41. Портер М. Конкуренция.: Пер. с англ.: Уч. пос. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2000. – 495с.
42. Портер М. Стратегія конкуренції.: Пер. з англ. – К.: Основи,1997.
43. Портер Майкл. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / Майкл Портер; Пер. с англ. – 3-е изд. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 453 с.
44. Савицька Г.В. Економічний аналіз діяльності підприємства: [навч. посіб.] / Г.В. Савицька. – [3-тє вид., випр. і доп.]. – К.: Знання, 2007. – 668 с.
45. Саєнко М.Г. Стратегія підприємства : [навч. посіб.] / М.Г. Саєнко. – Тернопіль : ТАЙП, 2010. – 223 с.
46. Семенов Г.А. Економіка підприємства / Г.А. Семенов. – К. : Центр навчальної літератури, 2014. – 324 с.
47. Состояние и перспективы развития продуктов детского питания в Украине [Електронний ресурс] /10.04.2009. – Режим доступу: <http://www.uaua.info/news/4378.html>
48. Сусіденко Ю.В. Теоретичні основи та чинники конкурентоспроможності АПК України / Ю.В. Сусіденко // Електронне наукове видання Дніпропетровського державного аграрного університету: Ефективна економіка. — 2011. — №11.
49. Сідун В. А., Пономарьова Ю. В. Економіка підприємства: Навч. пос. – Київ: Центр навч. літератури, 2006. – 436 с.

50. Слез А. Обзор рынка кетчупа и томатной пасты. [Электронный ресурс] /13.0.2017. – Режим доступа: <https://koloro.ua/blog/issledovaniya/obzor-runka-ketchupa-i-tomatnoi-pasti.html>
51. Сусіденко Ю.В. Управління конкурентоспроможністю підприємств переробної промисловості системи АПК / Ю.В. Сусіденко. – К: Центр учбової літератури. – 2012. – 116 с.
52. Томпсон А.А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа / А.А. Томпсон, А.Дж.Стрикленд. 17-е изд. Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2007. – 928 с.
53. Томпсон А. А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегий: учебник для вузов / А. А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд. – М.: ЮНИТИ, 1998. – 576 с.
54. Управління міжнародними конкурентоспроможними підприємствами: Навч. посіб. / За ред. І. Ю. Сіваченко. – К: ЦУЛ, 2003. – 186 с.
55. Фасхиев Х.А. Попова Е.В Как измерить конкурентоспособность предприятия // Маркетинг в России и за рубежом. – 2003. – №4. / <http://www.dis.ru/market/arhiv/2003/4/8.html>
56. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации: Учебное пособие. – М.: Изд-во Эксмо, 2004. – 544с.
57. Флентін С. В. Визначення універсального критерію конкурентоспроможності // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2005. – № 2, Т. 1. – С. 187 – 190.
58. Фомичев С. К., Старостина А. А., Скрябина Н. И. Основы управления качеством: Учеб. пособие. — К.: МАУП, 2000. — 196 с.
59. Хомяков В. І., Бакум І. В. Управління потенціалом підприємства. – К.: Кондор, 2007. – 400 с.
60. Чорненька Н. В. Організація туристичної індустрії: Навчальний посібник,- К.: Атіка, 2006.- 264 с.

61. Чумак Л.Ф. Фактори впливу на формування конкурентоспроможного потенціалу підприємств / Л.Ф. Чумак // Экономика и управление. – № 1. – 2016. – С. 62-69.
62. Шаповал М.І. Менеджмент якості: підручник. – К.: Т-во «Знання», КОО, 2003. – 475 с.
63. Шевченко Л.С. Конкурентное управление: Уч. пособие. – Харьков: Эспада, 2004. – 520с.
64. Шершньова З.Є. Стратегічне управління: Підручник. 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: КНЕУ, 2004. – 699с.
65. Экономика предприятия / В. Я. Хрипач, Г. З. Суша, Г. К. Оноприенко; Под ред. В. Я. Хрипача. – Минск: Економпресс, 2000. – 464 с.
66. Економічна теорія: політекономія: Підручник / [В.Д. Базилевич, В.М. Попов, К.С. Базилевич, Н.І. Гражевська]; За ред.: В.Д. Базилевич. – 6-те вид., переробл. і допов. – К.: Знання-Прес, 2007. – 719 с.
67. Янковий О. Г. Дослідження чутливості прибутку підприємства за допомогою граничного аналізу / О. Г. Янковий, Г. В. Кошельок, В. В. Куперман // Південноукраїнський правничий часопис. – 2009. – № 1. – С. 253–255. 10.
68. Ярошевич Н. Б. Фінанси підприємств. Навч. посіб. / Н. Б. Ярошевич. – К., 2012. – 341 с.
69. Dragon Capital продає виробника продуктів харчування "Чумак  
Інтернет ресурси: Режим доступу:  
[https://www.unian.ua/economics/agro/10564194-- dragon-capital-prodaye-virobnika-produktiv-harchuvannya-chumak.html](https://www.unian.ua/economics/agro/10564194--dragon-capital-prodaye-virobnika-produktiv-harchuvannya-chumak.html)
70. <http://www.proinfo.com.ua/>
71. <http://sad-institut.com.ua/ru/tehnologii.html>
72. <http://propozitsiya.com/chumak-zaminyuye-cukor-u-svoyih-produktah-na-ekstrakt-steviyi>
- 72.Сайт «Чумак» Інтернет ресурси: Режим доступу:  
<https://chumak.com>

73. Сайт Агровент. Інтернет ресурси: Режим досту-  
пу: <https://agrovent.com.ua/ru/%D0%B3%D0%BB%D0%B0%D0%B2%D0%BD%D0%B0%D1%8F/>