

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Тернопільський національний економічний університет
Навчально-науковий інститут міжнародних економічних відносин
ім. Б.Д. Гаврилишина
Кафедра міжнародних економічних відносин

Летнянчин Христина Ігорівна

**Розробка стратегії виходу підприємства на зовнішній
ринок /**
**Development of enterprise strategy to enter the foreign
markets**

спеціальність: 073 – Менеджмент
магістерська програма – Міжнародний менеджмент

Магістерська робота

Виконала студентка групи
МІММ-21
Х.І. Летнянчин

Науковий керівник:
к.е.н., Н.І. Болквадзе

Магістерську роботу допущено
до захисту:

«__» _____ 20__ р.

Завідувач кафедри
_____ **О. М. Сохацька**

ТЕРНОПІЛЬ - 2018

ЗМІСТ

| | |
|--|----|
| ВСТУП..... | 3 |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ВИХОДУ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗОВНІШНІЙ РИНОК..... | 4 |
| 1.1. Сутність стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок | 6 |
| 1.2. Класифікація стратегій виходу підприємства на зовнішній ринок | 12 |
| 1.3. Етапи розробки стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок | 19 |
| РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТА ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНИХ ПОКАЗНИКІВ ДІЯЛЬНОСТІ ТЗОВ «ВП БУДПРОМВИРІБ» | 30 |
| 2.1. Загальна характеристика підприємства ТзОВ “ВП Будпромвиріб” | 30 |
| 2.2. Фінансовий аналіз господарської діяльності | 34 |
| 2.3. Оцінка потенціалу підприємства для виходу на зовнішній ринок | 40 |
| РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ ВИХОДУ ТЗОВ «ВП БУДПРОМВИРІБ» НА ЗОВНІШНІЙ РИНОК. | 52 |
| 3.1. Оцінка конкурентів та вибір цільового зовнішнього ринку | 53 |
| 3.2. Ризики підприємства при виході на зовнішній ринок | 62 |
| 3.3. Формування основної стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок .. | 66 |
| ВИСНОВКИ | 77 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ..... | 82 |
| ДОДАТКИ..... | 88 |

ВСТУП

В час коли світове господарство розвивається з високою швидкістю, підприємствам та організаціям необхідно налагоджувати зовнішньоекономічні зв'язки, які допоможуть бути більш конкурентоспроможними не тільки на внутрішньому ринку, але і за його межами. На світовій арені відбувається прискорення росту продуктивних сил компаній. Цей процес обумовлений швидким розвитком науково-технічного прогресу. Поступово збільшуються можливості для розширення усіх форм зовнішньоекономічних зв'язків, що спонукає підприємства будувати свою збутову політику не тільки в межах своєї держави, але і за кордоном.

Вихід підприємства на зовнішній ринок передбачає жорстку міжнародну конкуренцію. Для подолання непередбачуваних ситуацій необхідно використовувати сучасний підхід до управління компанією, глибоко аналізувати ринок на який компанія прагне вийти, а також міжнародних конкурентів. В сучасних умовах розвитку світової економіки існує безліч можливостей для успішного ведення бізнесу, як в нашій країні так і за кордоном. У дипломній роботі приведені приклади, методи та стратегії, які допоможуть вітчизняним підприємствам здійснювати свою діяльність успішно та досягти конкурентних переваг на нових ринках.

Сьогодні аспекти розробки стратегій виходу підприємства на зовнішні ринки активно вивчаються, як практиками так і теоретиками. Це зумовлено процесами глобалізації, інтернаціоналізації бізнесу, де вихід на ринок інших країн є найдоцільнішим напрямом розвитку компанії. Все вище зазначене підтверджує актуальність обраної теми дослідження.

Метою даної роботи є теоретичне обґрунтування вибору стратегій виходу підприємства на зовнішні ринки.

Для реалізації поставленої мети потрібно виконати ряд завдань, а саме:

- визначити мотиви, цілі та інструменти виходу підприємства на міжнародний ринок;

- дослідити особливості вибору стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок;
- проаналізувати діяльність ТзОВ «ВП Будпромвиріб»;
- проаналізувати закордонні та вітчизнянні ринки будівельних виробів;
- розробити стратегію виходу на зовнішній ринок для ТзОВ «ВП Будпромвиріб».

Об'єктом дослідження у магістерській роботі є стратегічна діяльність підприємства.

Предмет дослідження – особливості вибору та впровадження стратегій виходу ТзОВ «ВП Будпромвиріб» на зовнішній ринок.

Шляхи та методи за допомогою яких підприємство може вийти на зовнішній ринок розглядають в своїх працях Ф. Котлер [27], П. Друкер [67], М. Портер [66], В. Андрійчук [1], І. Ансофф [2], Н. Бутенко [7], В. Василенко [11], М. Володькіна [14], О. Гребельник [17], М. Дідьківський [19], О. Кириченко [24], Ю. Козак [26], З. Шершньова [57], та багато інших.

При виконанні поставлених завдань були застосовані наступні методи дослідження: методи аналізу та зіставлення, систематизація та узагальнення, SWOT- та PEST- аналізи, економічно-статистичний аналіз, графічний метод та порівняльний аналіз.

Інформаційна база роботи представлена електронними ресурсами, звітами та статутом підприємства, а також публікаціями в пресі та підручниках.

Наукова новизна одержаних результатів магістерської роботи ґрунтується на розробці стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок. Практичне значення роботи полягає в тому, що всі результати та висновки дослідження можуть використовуватись в організації для здійснення зовнішньоекономічної діяльності, зокрема на ТзОВ «ВП Будпромвиріб» та інших компаніях України.

Магістерська робота складається з вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

Апробація наукових досліджень відбулась на XI міжнародній науково-практичній конференції молодих учених і студентів «Інноваційні процеси

економічного і соціально-культурного розвитку: вітчизняний та зарубіжний досвід» (м. Тернопіль, 2018) [23].

Загальний обсяг роботи становить 134 сторінки, з них 87 сторінок друкованого тексту, 15 таблиць, рисунок та 19 додатків на 47 сторінках. Список використаних джерел містить 70 найменувань на 6 сторінках.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ВИХОДУ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗОВНІШНІЙ РИНОК

1.1. Сутність стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок

Основною метою функціонування підприємства в сучасних умовах є досягнення конкурентних переваг та завоювання довіри споживачів. Такі фактори дають змогу гарантувати високу норму прибутку та стабільне економічне зростання. На сьогоднішній день українські підприємства починають виходити на міжнародний ринок, тому питання про методи та засоби освоєння його є дуже актуальним на даний час. Для того, щоб компанія розвивалась та приносила більші прибутки розробляється певна стратегія, яка створюється відповідно до потреб та переваг даного підприємства [11, с. 68].

Слово «стратегія» походить з військової сфери і має в собі поняття певної науки про планування дій збройних сил для отримання бажаного результату під час бойовий дій.

Таке поняття, як «стратегія», зазвичай сприймають як певний план дій за яким можна досягти поставлених цілей. Це трактування є досить спрощеним, оскільки, стратегія включає в себе велику кількість операцій, які допомагають організувати свою роботу так щоб знайти найкращий варіант при якому можна досягнути успіху зазнавши найменших втрат. Тобто це не просто перелік правил чи дій які необхідно виконати, а певна поведінка за якою потрібно приймати рішення і яка може змінюватись під різними обставинами [1, с.55]. Неодноразово в економічних війнах перемагало те підприємство, яке обрало ефективну стратегію.

Отже, узагальнюючи поняття стратегії можна зробити висновок, що це загальна модель логічної, послідовної поведінки, яка розробляється на підприємстві для досягнення поставлених довгострокових цілей свідомо або стихійно.

Основними критеріями, які визначають суть стратегії є:

- по закінченню розробки стратегії підприємство не отримує миттєвого ефекту, а тільки спосіб поведінки, який призведе до покращення показників ефективності підприємства;
- стратегія дозволяє розмежувати можливості компанії на ті, які дозволять здійснити поставлені цілі та на ті, які несумісні зі стратегією компанії;
- стратегія перестає бути актуальною після того, як поставлені задачі вирішено;
- при розробці стратегії не можливо врахувати всі можливості та ризики, які можуть відкритися в процесі реалізації стратегії;
- при реалізації стратегії не можливо дотримуватись чіткого плану, оскільки, в процесі відриваються різні альтернативи, тому важливо успішно використовувати зворотній зв'язок;
- при зміні орієнтирів компанії змінюється і стратегія, адже орієнтири є ключовими для діяльності підприємства [16, с. 10-15].

При виборі стратегії виходу підприємства на міжнародні ринки основними показниками є мотиви підприємства. Ці мотиви можуть бути надзвичайно різноманітними, адже вони залежать від специфіки кожного підприємства та країни в якій воно розвивається. Важливим є рівень розвитку внутрішнього ринку, тобто які можливості та умови є на ринку. Якщо вітчизняний ринок є надзвичайно насичений товарами чи зростає конкуренція підприємство може мати мотивацію для виходу на іноземні ринки з більш сприятливими умовами.

Ще одним мотивом є коливання валютного курсу в країні, шляхом збуту продукції у відповідних країнах. Це дозволить оптимізувати витрати на виробництво та підвищити ефективність збутової діяльності. Основним мотивом підприємств, які здійснюють успішну діяльність на власних ринках є підвищення іміджу компанії, шляхом виходу її на міжнародні ринки, що зробить його суб'єктом міжнародних економічних відносин. Також мотивом може слугувати зменшення витрат на заробітну плату, шляхом створення виробництва в країні з нижчою оплатою праці. Всі ці мотиви є лиш підставою, адже основним мотивом

будь якого підприємства є збільшення прибутків та ефективна діяльність підприємства, що є ключовим для успішної організації.

Одні компанії орієнтуються на національний ринок як основна діяльність, інші охоплюють глобальні міжнародні ринки, а також існують ті які поєднують в собі обидва варіанта. Все це залежить від специфіки виробництва та попиту на продукцію яка виробляється. Існують такі продукти виробництва які вигідніше продавати за кордон, а ніж на національну ринку через брак попиту на даний товар. Стратегії для виходу підприємства на міжнародний ринок спрямовані на ті ринки збуту продуктів, які є великими і мають низькі бар'єри для іноземних товарів та компаній. Компанії, що адаптують стратегії для виходу підприємства на зовнішній ринок, навряд чи будуть цілком націлені на країни з високими бар'єрами та малими ринками національних продуктів. Однак, враховуючи довгострокову тенденцію зниження торговельних бар'єрів у поєднанні з економічним зростанням, більшість компаній будуть розробляти свої стратегії [13, с.73].

Зовнішньоекономічна діяльність (ЗЕД) суттєво впливає на ефективне функціонування та розвиток підприємства, регіону, держави. У сучасних умовах демонополізації ЗЕД основною ланкою зовнішньоекономічного комплексу країни є підприємство, що має можливість самостійно здійснювати зовнішньоекономічні операції та нести відповідальність за управління своєю зовнішньоекономічною діяльністю.

Будучи ефективним засобом підвищення прибутку та конкурентоспроможності, отримання економічних і політичних переваг, ЗЕД стає пріоритетом у стратегічному управлінні підприємства. Динамічність ринку України та поява нових запитів та змін у позиції споживача обумовлюють на сьогодні значну актуальність використання стратегічного управління ЗЕД, що дозволяє підприємству виживати в конкурентній боротьбі в довгостроковій перспективі.

Дослідженню питання з стратегічного управління діяльністю підприємства присвячено багато праць вітчизняних та іноземних вчених, середі них:

І. Ансофф [2], В. Василенко [11], М. Володькіна [14], З. Шершньова [57], В. Андрійчук [1] та ін.

Питання зовнішньоекономічної діяльності підприємства досліджували такі вчені, як: Ю. Козак [26], М. Дідьківський [19] та ін. Дослідження стратегічного управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства проводили такі вітчизняні вчені, як: О. Гребельник [17], І. Дахно [18], О. Кириченко [24].

Щоб обрати правильну стратегію для організації спочатку необхідно здійснити стратегічне планування. Метою такого планування є запобігання можливих ризиків та ефективне використання ресурсів організації з урахуванням слабких та сильних сторін компанії. Основною цілю такого планування є вибір тої стратегії, яка дозволить підприємству досягти зростання та розвитку.

Сутність стратегічного планування полягає в ефективному поєднанні інтересів підприємства з інтересами споживачів. Це означає, що обрана стратегія повинна створити такі умови, за яких підприємство зможе виробляти та постачати продукцію у тій кількості яка потрібна споживачу і за тими цінами, які допоможуть підприємству максимізувати свої прибутки.

На думку Н. Бутенко [7], забезпечити ефективність стратегічного планування можливо лише за дотримання певних принципів, а саме: циклічності, гнучкості, багатоваріантності, повноти та комплексності, чіткості та економічності. Ці принципи дозволять створити ту стратегію, яка буде найбільше підходити для досліджуваного підприємства.

Одним з ключових чинників успішного вибору стратегії для виходу підприємства на зовнішні ринки є розробка маркетингової стратегії та маркетингового аналізу. При виході підприємства на іноземні ринки потрібно провести аналіз ринків, який допоможе реально оцінити стан та умови економічних відносин. Оцінка конкурентів та потреб споживачів є ключовими факторами для вибору правильної стратегії та сприятливого ринку.

Стратегічне маркетингове планування для підприємства є необхідним для ефективної організації комерційної діяльності підприємства. В сучасних умовах потрібно мати досвідчений, навчений персонал, налагодженні інформаційні та

функціональні зв'язки та чітку організаційну структуру. Стратегічне маркетингове планування – це процес управління, створення та реалізації плану дій компанії, який гарантує систематичний та безперервний аналіз потреб споживачів та розробку товару, що дасть перевагу над конкурентами. Вихід підприємства на міжнародний рівень це довготривалий та складний процес, який потребує конкретних рішучих дій. При чіткому стратегічному плануванні компанія забезпечує собі вибір найбільш ефективної стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок, що дозволить забезпечити конкурентну перевагу на міжнародному рівні [3, с. 55; 21, с. 63-69].

Для ефективного включення у світовий економічний простір українським підприємствам необхідно виробляти таку продукцію, яка буде конкурентоспроможною на зовнішніх ринках. Цього можна досягти розробивши стратегію просування національного експорту на світовому ринку. На думку Ю. Козак [26], така стратегія повинна полягати не в простому нарощуванні обсягів експорту, а в сприянні створення довгострокових конкурентних переваг, стабільному розширенні та якісному поліпшенні позицій країни на світовому ринку. Якщо проаналізувати стратегії українських підприємств на зовнішніх ринках можна виділити два типи протилежні за цілями та основними методами реалізації. Назвемо їх «початкове нагромадження капіталу» (отримання максимального прибутку сьогодні, до того ж будь-якими шляхами) і стратегія «довготривалого перебування» (стабільне зростання бізнесу у визначеному напрямку та стилі).

О. Кириченко [24] вважає, що вибір стратегії виходу пов'язаний насамперед із роллю і масштабами ЗЕД для конкретного підприємства. Якщо ЗЕД займає незначне місце в загальних результатах, то навряд чи доцільно витратити багато зусиль на розробку спеціальної зовнішньої стратегії. І навпаки, зі збільшенням масштабів ЗЕД, а також в умовах наростання конкуренції на міжнародних ринках варто не тільки мати спеціальні стратегії але і створювати систему міжнародного стратегічного менеджменту. Вона включає не тільки розробку стратегії але і її реалізацію та стратегічний контроль.

Основні причини, які перешкоджають підприємствам реалізувати вибрану стратегію такі:

- неправильно проведений аналіз та помилкові висновки;
- непередбачувані зміни у зовнішньому середовищі;
- невміння залучити до реалізації стратегії внутрішній потенціал.

Успішній реалізації стратегії сприяє виконання таких вимог: цілі стратегії повинні бути добре структуровані, доведені до працівників та сприйняті ними; необхідно мати чіткий план дій для реалізації стратегії, який передбачає наявність усіх необхідних ресурсів.

У виборі напрямку розвитку стратегії необхідно передусім орієнтуватися на конкурентні переваги підприємства. Залежно від наявних конкурентних переваг та конкурентних бар'єрів усі фірми можна поділити на дві групи: сильні та слабкі. Підхід до вибору стратегій у них різний.

Політика сильних підприємств зводиться до наступного: максимальне використання переваг лідируючого положення, посилення позицій; розгортання бізнесу в нових для фірми сферах діяльності, у випадку занепаду яких необхідно робити ставку на диверсифікацію. Слабкі компанії повинні обирати стратегії, що ведуть їх до росту. Якщо такі стратегії відсутні, то вони повинні покинути даний вид економічної діяльності. Це підтверджується статистикою: великі (більше 250 працівників) та середні (від 51 до 249 працівників) підприємства вважаються сильними, у той час як малі (до 50 працівників) – слабкими. Згідно з рапортом Світового банку ми можемо простежити таку динаміку [20, с. 250-254].

Американські спеціалісти зі стратегічного планування запропонували матрицю вибору стратегій залежно від двох параметрів: динаміки зростання ринку та конкурентної позиції фірми. Однак такий підхід не може бути досконалим для формування алгоритму розвитку стратегії ЗЕД українського підприємства, оскільки не враховує більшість факторів. В. Василенко [11] відзначає, що вибір стратегії значно залежить від циклічності розвитку, точніше від того етапу розвитку, на якому знаходиться підприємство, і, як правило, здійснюється на основі визначення п'яти «П»: стратегії – плану, стратегії –

принципів поведінки, стратегії – позиції, стратегії – перспективи, стратегії – прийому (маневру). Розвиток стратегії ЗЕД підприємства повинен ґрунтуватися на ключових принципах, що спираються на висновки про умови стійкого розвитку підприємства, а саме: принцип розвитку (система формування стратегії повинна бути орієнтована на прийняття рішень, що забезпечують розвиток підприємства, зокрема кількісне та якісне нарощування потенціалу); принцип залежності від зовнішнього середовища (зовнішнє середовище визначає стратегічну модель поведінки фірми); принцип адекватності (сприяння адекватному реагуванню на зовнішні зміни); принцип зворотного зв'язку із зовнішнім середовищем (для формування й ефективного реалізації стратегії необхідно сформулювати контур зворотного зв'язку із зовнішнім середовищем, що забезпечує генерування й інтерпретацію інформації про зовнішні та внутрішні імпульси) вагомих факторів.

Стратегія розвитку ЗЕД підприємства має надати відповіді на питання «який» і «як»: який ринок обрати, які конкурентні переваги можна одержати, якою буде ціна товару (послуги), що пропонуються, як можна випередити або перемогти конкурентів на зовнішніх та внутрішніх ринках.

1.2. Класифікація стратегій виходу підприємства на зовнішній ринок

Сутність стратегії полягає в тому щоб розробити певний план завдяки якому компанія зможе досягти своїх цілей і рухатися вперед. Коли компанія приймає рішення про вихід на міжнародний ринок, стратегія дозволяє зробити це з меншими ризиками та з більшими прибутками. Компанія може використати багато способів отримати це. Ці способи допоможуть показати сильні сторони, потенціал компанії та рівень інтересу до маркетингу компанії.

Для того щоб обрана стратегія виходу підприємства на зовнішній ринок було успішною та сприяла ефективній діяльності підприємства для початку потрібно правильно обрати ринок на який підприємство вийде. Варто розглянути такі фактори за якими потрібно аналізувати ринки перед виходом на нього:

- розмір ринку;
- рівень конкуренції;
- аналіз ризиків;
- витрати на реалізацію;
- динаміка ринку.

За допомогою таких факторів підприємство може реально оцінити картину на ринку, яка дозволить зробити правильний вибір для ефективної діяльності підприємства. Після аналізу країн які найбільше підходять для зовнішньої діяльності підприємства, керівництво вирішує який з ринків є найбільш сприятливим для діяльності. Після цього потрібно обрати стратегію за допомогою якої підприємство прагне вихід на міжнародні ринки. Для цього потрібно враховувати цілі які підприємство прагне досягти при виході на іноземний ринок [13, с. 84].

Для товарів масового попиту існує декілька стратегій виходу на зовнішній ринок:

1. Стратегія контрольної точки. Суть якої полягає в досягненні цільового прибутку при конкретно заданих обсягах збуту та визначеній ціні, яка називається – контрольною точкою.

В основі цього методу лежить, аналіз беззбитковості виробництва. Визначається залежність витрат підприємства від обсягу виробництва, а також криву доходу від реалізації товару при конкретних цінах. Точка перетину кривої сумарних витрат підприємства та доходу від реалізації буде точкою беззбитковості.

Ключовим показником даної стратегії може виступати прибуток, або обсяг продаж. Головними її перевагами є те, що при її використанні можна знайти вірне співвідношення між ціною, обсягом збуту та витрати. Даний метод дозволяє фірмі одержати високий прибуток при мінімальних витратах. Про те, основним негативним фактором є те, що компанія не може контролювати ціну.

Щоб ефективно реалізувати цю стратегію, потрібно визначити обсяг споживання товару, ціну товару. Зазвичай, використовується ціна конкурентів на

такі ж товари. Слід зауважити, що конкурентне ціноутворення використовується на ринках однорідних товарів, де рентабельність є майже однакою. Потрібно проводити спостереження за фірмою-лідером на ринку, а саме за його ціновою політикою, знижками та розпродажами.

2. «Зняття вершків» – в її основі лежить послідовне залучення різних сегментів ринку. Спочатку, компанія встановлює найвищу ціну а товар. Цей товар позиціонує себе як унікальний. В першу чергу, цей товар презентують на ринку, де споживач має великий дохід та готовий заплатити велику ціну за унікальність. Після цього в даному сегменті ринку попит на товар згасає. Компанія зменшує ціну та змінює свою рекламу. Щоб ця стратегія призвела до продуктивної діяльності підприємства, потрібно виконати певні умови. Серед таких умов є: унікальність товару, невеликі витрати на виробництво, низький рівень конкуренції, фінансові резерви для реклами.

Дана стратегія допомагає фірмі максимізувати прибуток. Зважаючи на все вище вказане, перевагою цієї стратегії є те, що при встановленні цін вона допомагає уникнути помилок, бо в майбутньому ціна буде знижуватися, що призведе до залучення нових покуців. Недоліком виступає те, що через короткий термін з'являються конкуренти [58, с. 270].

3. Стратегія впровадження товару на ринок характеризується тим, що встановлюється низька ціна на товар, зазвичай нижча за собівартість самого товару. Метою цієї стратегії є захоплення значної частки ринку та зниження собівартості товару, шляхом реалізації ефекту масштабу виробництва.

Для того щоб ця стратегія мала успіх потрібно мати такі досягнення, а саме:

- еластичність попиту;
- необхідну частку ринку;
- оптимізувати діяльність виробництва в великих масштабах;
- достатні основні фонди;
- довгостроковий цикл життя товару;

Обираючи цю стратегію потрібно враховувати деякі важливі її недоліки, які можуть вплинути на процес виробництва. Одним з таких недоліків є цінові війни.

Це означає що конкуренти не згодні покинути ринок та відстоюють своє право на його певно частку. Як наслідок, ціна може знизитись до такого рівня, що перестане бути вигідною для жодної з компаній. Якщо ретельно проаналізувати ринок в цілому та конкретні його частини в деталях то дана стратегія може виявитись успішною.

4. Ще одна стратегія яку часто використовують компанії ґрунтується на сприйманні цінності товару споживачем. Головна мета даної стратегії дати можливість споживачу здійснити співвідношення товару та ціни яку готовий він заплатити, враховуючи усі переваги які він отримає від даного продукту.

Така стратегія орієнтується на ринковий попит, як основний ціноутворюючий фактор та на будь які методи цінової конкуренції [29]. Для того, щоб ця стратегія була успішною потрібно чітко визначити переваги та якості товару, щоб споживач мав чіткі уявлення про те, що він отримає придбавши його. Найскладнішим є визначення саме тих цінностей, які будуть користуватися попитом серед споживачів [51].

5. І останньою та не менш успішною є стратегія реалізації групи товарів на ринку. Це означає, що можна виходити на ринок не з одним товаром, а з декількома. Ці товари можуть бути як взаємодоповнюючими так і взаємозамінними.

В її основі лежить визначення товарних груп та цінових ліній. Створюється декілька модифікацій товару, які в свою чергу поділяються на три групи. Після цього встановлюється діапазон для кожної з цих груп. Ці діапазони і називаються ціновими лініями, які дозволяють підприємству охопити більше сегментів ринку.

При виборі цієї стратегії потрібно звернути увагу на те, що можливе виникнення конкуренції двох товарів з однієї фірми. Коли фірма використовує таку стратегію вона може застосувати метод «зв'язування цін». Це означає, що коли ми продаємо групу товарів які взаємодоповнюють один одного можна використати таку тактику, що коли споживач купує ці товари в наборі вони будуть коштувати дешевше ніж по одинці. Також можна знижувати ціну основного товару але

підвищуючи при цьому ціну на взаємодоповнюючі товари, таким чином отримуючи прибуток не від основного продукту.

Всі вище перелічені стратегії в даному розділі є актуальними та фінансово вигідними. Обираючи стратегію для підприємства потрібно керуватися його мотивами та цілями, оскільки кожне підприємство ставить перед собою мету з якою воно виходить на зовнішній ринок, і дуже важливо щоб стратегія з якою воно вийде на ці ринки не створювала конфлікт з справжньою метою самого підприємства.

Наступним кроком для підприємства є вибір шляху виходу на міжнародні ринки, тобто потрібно обрати, як саме підприємство буде здійснювати діяльність за межами країни. До основних шляхів належить експорт, спільна підприємницька діяльність та пряме інвестування капіталу.[53]

Найбезпечнішим та найпростішим виходом підприємства на зовнішній ринок є експорт товарів. Багато підприємств які тільки починають свою міжнародну діяльність використовують саме його так само як і більш досвідчені компанії з налагодженими зв'язками. За інтенсивністю проведення експорту розрізняють нерегулярний і регулярний. Нерегулярний експорт – це певні зовнішньоекономічні відносини, коли підприємство здійснює експортну діяльність лише по бажанню та по потребі. Тобто коли на підприємстві існує надлишок готової продукції або сировини підприємство приймає рішення продати цю продукцію зарубіжним покупцям. Регулярний експорт – це безперервні зовнішньоекономічні відносини на конкретному ринку, які підприємство здійснює для розширення своєї зовнішньоекономічної діяльності. Ця стратегія передбачає виробництво продукції на території своєї країни та пропонує її на експорт закордонним покупцям.

Існує прямий та непрямий експорт. Різниця між ними полягає в тому, що при непрямому експорті підприємство здійснює свою діяльність за допомогою посередників та агентів, які зазвичай, займаються одразу декількома видами діяльності, а при прямому рух товару від виробника до споживача відбувається напряму. За такою схемою рух товарів і коштів через посередника не дає

можливості підприємству прямо впливати на рівень ціни, за якою товар буде продаватися на зовнішніх ринках.

Непрямий експорт підприємства обирають тоді, коли не досить добре знайомі з ринком збуту та не мають достатньо обмежені можливості здійснення експортної діяльності. Перевагою даного методу є те, що виробник позбавляється ризиків які пов'язані з реалізацією продукції за кордоном. При цьому реалізація товарів через посередника дозволяє зробити менше помилок, оскільки, при цьому все пройде на професійному, досвідченому рівні [58, с. 250].

До основних недолів належить:

- залежність від посередника;
- відсутність контролю за роботою з товаром;
- відстороненість від ринків збуту;
- відсутність інформації про реакцію споживача на товар;
- не гарантованість зацікавленості посередника в просуванні товару на всі доступні сегменти ринку.

Прямий експорт товарів полягає в тому, що виробник здійснює свої міжнародні відносини через власний персонал. Тобто наймаються спеціалісти на вітчизняному підприємстві, які проводять пошуки споживачів на міжнародних ринках. При виборі такого експорту підприємство бере на себе відповідальність за всі ризики які можуть очікувати його на міжнародному ринку. Рух товарів та коштів здійснюється безпосередньо від виробника до споживача на пряму. Перевагами цього шляху є те, що підприємство має прямий зв'язок з закордонним ринком тим самим може впливати на умови продажу виробів. Також завдяки прямому експорту підприємство має можливість контролювати та корегувати ціну відповідно до попиту на ринку, а це дає можливість збільшити прибутки в порівнянні з іншими видами експорту. Такий експорт є популярним серед підприємств з досвідом ведення зовнішньоекономічної діяльності та налагодженими зв'язками з споживачами [53].

Одним з не менш актуальних видів експорту є експортна франшиза. В основі такої експортної діяльності лежить розвинена система продажу продукції,

при якій підприємство здійснює збутову політику з відомим логотипом чи ексклюзивною технологією виробництва. Франчайзер дає право іншій компанії на продаж продукції свого бренду з зобов'язанням підтримувати стандарти виробництва і збуту продукції рекомендовані франчайзером та діяти від його імені.

Одною з популярних видів зовнішньої діяльності є спільна підприємницька діяльність, що передбачає об'єднання двох і більше підприємств. Ця діяльність може створюватись як між вітчизняними підприємствами так і з партнерами з інших країн для посилення своєї міжнародної потужності. Такий вид ведення бізнесу відрізняється від експорту тим, що створюються спільні виробничі потужності.

Спільна підприємницька діяльність поділяється на:

- Ліцензування

Ліцензування інтелектуальної власності іноземній компанії. У цій домовленості іноземна компанія використовує готовий бренд або дизайн для виробництва та розповсюдження власної продукції, сплачуючи відсоток за використання дизайну. Це привабливий варіант, якщо бізнес не зацікавлений у створенні продуктів для глобального ринку або управління каналами розповсюдження.

- Підрядне виробництво

Це певне юридичне оформлення відносин між двома компаніями за яким одна з них погоджується здійснювати виробництво продукції за вказівками іншої. Таке виробництво передбачає укладення контракту за яким фірма виробник повинна виробити продукцію в конкретні строки та необхідної якості [28, с. 327].

- Партнерство

У партнерстві дві компанії погоджуються працювати разом, укладаючи угоду. Кожне партнерство залежить від продуктів та потреб підприємств. У цьому партнерстві кожна компанія отримує вигоду, оскільки продукт не може бути проданий без сервісу (і навпаки). При виході на зовнішній ринок підприємство не завжди має достатньо фінансових та технологічних ресурсів тому створення

такого підприємства є хорошим рішенням в такій ситуації. Такі відносини мають свої мінуси через виникнення конфліктів між партнерами щодо маркетингової політики чи процесом капіталовкладень та розподілом ресурсів підприємства.

Ще одним способом виходу компанії на міжнародні ринки є пряме інвестування. Цей спосіб виходу підприємства на зовнішній ринок передбачає вкладення коштів в створення за кордоном складських потужностей або виробничого цеху. Прямі іноземні інвестиції дають можливість повного контролю над усіма процесами міжнародної діяльності підприємства.

Існують два види прямих іноземних інвестицій:

- підприємство створює нову компанію на зовнішньому ринку, що передчає великі капіталовкладення, оскільки, потрібно створити нові канали збуту, знайти місце для підприємства, найняти працівників, налагодити контакти на новому ринку.
- підприємство проводить інвестиції в іноземну компанію, що дає їй змогу стати частиною організаційної структури міжнародної компанії.

Основними перевагами прямого іноземного інвестування є те, що компанія може контролювати маркетингову та збутову політику. Також підприємство має прямий зв'язок з своїми споживачами на іноземному ринку, що дозволяє краще задовільнити їхні потреби тим самим збільшити свою конкурентоспроможність.[13, с. 92]

До основних недоліків можна віднести ризик девальвації іноземної валюти та політична нестабільність міжнародних ринків. При значних іноземних інвестиціях рівень гнучкості підприємства на цьому ринку знижується.

1.3. Етапи розробки стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок

Обираючи стратегію виходу підприємства на зовнішній ринки слід враховувати те, яку мету перед собою ставить підприємство, які масштаби його діяльності. Важливим також є обсяги продажів, витрати та інвестиції на організацію руху товарів.

Процес виходу компанії на міжнародний ринок передбачає проходження таких етапів:

1. Визначення цілей і можливих завдань.

Перед тим, як вийти на міжнародний (іноземний) ринок, компанії необхідно, виходячи з сформульованої місії, стратегічних цілей, визначити для себе можливі цілі і завдання (фінансові, маркетингові, виробничі, організаційні). Вони формують спрямованість подальшого аналізу.

2. Аналіз міжнародного маркетингового середовища.

Аналізуються фактори міжнародного маркетингового середовища:

- макросередовище (політико-правові, економічні, демографічні, науково-технічні, соціокультурні);
- мезосередовище (міжнародне середовище внутрішньо-корпоративних зв'язків);
- мікросередовище (споживачі, конкуренти, постачальники, посередники, міжнародні контактні аудиторії).

Через вплив глобальних процесів аналіз передбачає складання оцінок і прогнозів як на глобальному ринку, так і на кожному регіональному або національному ринку [13, с. 84].

3. Аналіз ресурсної бази.

Виходячи з результатів аналізу міжнародного маркетингового середовища, компанія проводить оцінку власних ресурсів на предмет відповідності виявленим можливостям і загрозам, визначає необхідний обсяг запозичення ресурсів.

4. Рішення про доцільність виходу на зовнішній ринок.

Проводиться зіставлення ресурсної бази підприємства (наявність вільних виробничих потужностей, капіталів, досвіду) і міжнародного маркетингового середовища, формуються можливі фактори конкурентоспроможності підприємства. Проводиться міжнародний SWOT-аналіз. За результатами приймається рішення про доцільність для компанії виходу на зовнішній ринок.

Приймається рішення щодо форми міжнародного маркетингу для підприємства:

- інтернаціональна діяльність;
- мультинаціональна діяльність;
- глобальна діяльність.

5. Прийняття рішення на які ринки виходити [13, с. 85].

Проводиться оцінка привабливості ринків. Проводиться комплексний аналіз економічної привабливості зарубіжних ринків з урахуванням:

- цільового аналізу;
- аналізу попиту (його структури, кількісних показників);
- аналізу доступності ринків (політико-правові чинники, логістика та);
- конкурентного аналізу;
- аналізу ризиків;
- ресурсного аналізу;
- аналізу прибутковості.

Вибір споживачів, на яких компанія буде орієнтуватися. Це відбувається шляхом поділу ринку на певні сегменти, які викликають найбільше зацікавленості. Беручи до уваги споживчі переваги, потрібно спиратись на те, що компанія не зможе задовольнити їх усі, тому потрібно, зосередити свою увагу на тих клієнтів, які підприємство зможе задовольнити, отримуючи при цьому певний прибуток. Отже, міжнародна сегментація ринку використовується для того, щоб прийняти рішення відносно рівня часового графіку та конкретної природи попиту, яких формується цими клієнтами. Вибір пропозиції цінності. Всі переваги, цінності, вигоди, які компанія буде надавати споживачам для задоволення їх потреб. Такі пропозиції роблять бренд впізнаваним поміж інших. Вони дозволяють споживачеві зрозуміти, чому він повинен обрати саме цей бренд. Компанія повинна звернути велику увагу, оскільки це дозволить їй мати велику перевагу на цільовому ринку [16, с. 10].

В результаті аналізу виділяються ринки, що дозволяють підприємству максимізувати прибуток на вкладений капітал. В процесі вибору ринків перед підприємством часто стоїть завдання продовження життєвого циклу товару

шляхом використання відмінностей у розвитку зарубіжних ринків. У цьому випадку спостерігається «модель перетікання».

6. Розробка ринкової стратегії.

Міжнародна ринкова стратегія компанії розробляється на наступних рівнях: корпоративному (місія, корпоративні цілі, ринки, сфери бізнесу), дивізіональному (по підрозділах), бізнесовому (за рахунок чого буде конкурувати), функціональному (за функціональним елементам).

Ринкова стратегія компанії на міжнародному ринку передбачає врахування як чисто міжнародних аспектів, так і традиційних елементів, що визначають ринкову стратегію підприємства, які переносяться на міжнародний ринок. Вибір типу маркетингу. Залежно від характеристик ринкових потреб і необхідних ресурсів компанія може вибрати одну з чотирьох стратегій [13, с.88]. Виходячи з того, яку позицію займе компанія на міжнародному ринку, виділяють:

- стратегію глобального пайової лідерства – компанія – лідер за ринковою часткою на міжнародному (глобальному) ринку;
- стратегію локального пайової лідерства – компанія ставить собі за мету домогтися лідерства за ринковою часткою на окремих національних (регіональних) ринках;
- стратегію глобальної ніші – підприємство ставить за мету стати фахівцем на міжнародному ринку;
- стратегію локальної пиши – компанія, не маючи необхідних ресурсів, використовує переваги локалізації (облік специфічних потреб клієнтів, логістика).

7. Вибір типу ринкового позиціонування.

Залежно від ступеня відмінностей в соціально-культурній сфері, різниці в мотиваціях споживачів країн виділяють три основних типи міжнародного позиціонування:

- міжкультурне позиціонування;
- репозиціонування;
- унікальне позиціонування на кожному ринку.

Міжкультурне позиціонування може бути використано в разі відсутності суттєвих розбіжностей в поведінці споживачів і специфіку функціонування ринку. В цьому випадку стратегія і тактика позиціонування на міжнародному ринку повністю збігаються з відповідними діями на ринку національному. Ідея стратегії репозиціонування (часткової адаптації торгової марки) полягає в тому, що в цілому маркетингове середовище країн є схожою, але існують незначні відмінності з точки зору сприйняття споживачів. При цьому стратегія залишається незмінною, можуть змінюватися лише творча концепція реалізації стратегії або при дублюванні рекламного продукту, сама назва товару. Переважна більшість компаній, що виходять на міжнародний ринок, використовують саме цю стратегію. Спочатку треба побачити сегменти і лише потім – країну. Використання цієї стратегії дозволяє компанії уникати істотних додаткових витрат на просування. Якщо концепція позиціонування, реалізована на національному ринку, не може бути сприйнята в іншій країні, використовується стратегія унікального позиціонування (повна адаптація марки), що передбачає проходження всіх етапів позиціонування товару – від докладного аналізу ринку, його сегментів до вибору стратегії і тактики позиціонування, які можуть повністю відрізнятись від національних [13, с. 84].

8. Розробка механізмів імплементації міжнародної маркетингової стратегії.

Реалізація стратегії виходу компанії на зарубіжні ринки вимагає задіяння таких механізмів і їх основних елементів:

- інформаційного: створення системи міжнародної маркетингової інформації на підприємстві;
- правового: формування необхідної правової бази діяльності компанії на зарубіжних ринках;
- економічного: розробка маркетингових програм і планів; бюджетування – розподіл наявних коштів за програмними цілями, часу і підрозділам підприємства; створення економічних стимулів для експортної діяльності підрозділів, окремих співробітників.

- організаційного: створення організаційних структур служби маркетингу на міжнародному ринку; підбір персоналу; організація діяльності власних та /або залучених збутових структур на зарубіжних ринках.

- технологічного: навчання персоналу необхідних знань і технологій маркетингової діяльності компанії на зарубіжному ринку [28, с. 146-147].

Коли постає питання виходу підприємства на зовнішній ринок в першу чергу потрібно обрати ринок, який буде найбільш сприятливим для підприємства, проаналізувати всі можливі негативні та позитивні його сторони і після цього визначити у якій формі йому виходити на даний ринок. З цією проблемою підприємство стикається при розробці стратегії виходу підприємства на ринок.

При виборі стратегії виходу підприємства на зовнішні ринки потрібно врахувати основні критерії:

- форма руху капіталу;
- витрати, пов'язані з виходом підприємства на зовнішні ринки;
- ступінь привабливості інвестування;
- контроль ризику;
- рівень ризику;
- можливості виходу з ринку.

Коли підприємство вирішує вийти на нові ринки йому потрібно визначитись якою буде його діяльність. Існують такі види способів виходу підприємства на зовнішні ринки:

1. Експорт – це найбільш розповсюджений спосіб виходу на зовнішній ринок. Компанія просто експортує свою готову продукцію за кордон для продажу. При цьому виробництво та зберігання продукції відбувається в державі-експорті.

Зазвичай компанії починають свою діяльність за межами країни саме з непрямого експорту. Він не потребує значних інвестицій, а також експортуючи фірма не має потреби в підприємствах закордоном. Враховуючи це ризик при такій діяльності мінімальний. Для того щоб діяльність компанія була успішною потрібно використовувати міжнародних посередників в яких є досвід роботи на цьому ринку та відповідні зв'язки. Агенти, які займаються експортом або

кооперативні компанії та організації, які спеціалізуються на експорті, як правило, роблять менше помилок і робота з ними є більш безпечною та вигіднішою [31, с. 134].

Після того, як компанія закріпилась на ринку вона може здійснювати прямий експорт не використовуючи посередницькі компанії чи агенства. Такий експорт можна здійснювати різними шляхами, одним з таких формування на фірмі експортного відділу чи відкриття за кордоном власної філії яка буде експортувати власну продукцію за кордоном.

2. Також, спільна підприємницька діяльність є не менш ефективною формою виходу на зовнішній ринок. В її основі лежить поєднання зусиль підприємства з ресурсами підприємств країни-партнери завдання якого є створення виробничих та маркетингових потужностей.

При спільній підприємницькій діяльності відкриваються шляхи виходу підприємства на ті ринки, що є закритими для звичайних експортерів і є вигідними через те, що вони дозволяють зменшити ризики та витрати підприємства. Коли ми, вибираємо шлях спільної підприємницької діяльності, потрібно обрати яким саме шляхом ми будемо її здійснювати. В основному існує чотири основних види такої діяльності: ліцензування, виробництво за контрактом, управління за контрактом та підприємства спільного володіння [31, с. 134-135].

3. Ключовим методом виходу підприємства на закордонний ринок є пряме інвестування. Це дозволяє відкрити власні підприємства за кордоном, що дозволить зменшити собівартість продукції за рахунок більш дешевої робочої сили, або ресурсів.

За рахунок створення нових робочих місць в певній країні, компанія створює собі «ім'я» за кордоном. Вона створює міцні зв'язки з місцевими органами влади, споживачами, що дозволяє їй краще продавати свою продукцію на місцевому ринку. За даних умов, підприємство має повний контроль над діяльністю та виробництвом і може створювати таку стратегію, яка буде відповідати її міжнародним цілям.

Всі вищезазначені шляхи виходу підприємства мають свої переваги та недоліки. Коли компанія прагне визначити який з них найбільш їй підходить, вона здійснює аналіз можливостей та очікувань, а вже після робить висновок, який шлях для неї більш оптимальний. Виявивши потреби майбутніх клієнтів та особливостей ринку, можна розробити потрібну підприємству стратегію. Цей етап є останнім та найбільш важливим перед виходом на зовнішні ринки.

Висновки до розділу 1

Основною метою функціонування підприємства в сучасних умовах є досягнення конкурентних переваг та завоювання довіри споживачів. Такі фактори дають змогу гарантувати високу норму прибутку та стабільне економічне зростання. На сьогоднішній день українські підприємства починають виходити на міжнародний ринок, тому питання про методи та засоби освоєння його є дуже актуальним на даний час. Для того щоб компанія розвивалась та приносила більші прибутки розробляється певна стратегія, яка створюється відповідно до потреб та переваг даного підприємства.

При виборі стратегії виходу підприємства на міжнародні ринки основними показниками є мотиви підприємства. Ці мотиви можуть бути надзвичайно різноманітними, адже вони залежать від специфіки кожного підприємства та країни в якій воно розвивається. Важливим є рівень розвитку внутрішнього ринку, тобто які можливості та умови є на ринку. Якщо вітчизняний ринок є надзвичайно насичений товарами чи зростає конкуренція підприємство може мати мотивацію для виходу на іноземні ринки з більш сприятливими умовами. Ще одним мотивом є коливання валютного курсу в країні, шляхом збуту продукції у відповідних країнах. Це дозволить оптимізувати витрати на виробництво та підвищити ефективність збутової діяльності. Основним мотивом підприємств які здійснюють успішну діяльність на власних ринках є підвищення іміджу компанії, шляхом виходу її на міжнародні ринки, що зробить його суб'єктом міжнародних економічних відносин. Також мотивом може слугувати зменшення витрат на заробітну плату, шляхом створення виробництва в країні з нижчою оплатою праці. Всі ці мотиви є лиш підставою, адже основним мотивом будь якого підприємства є збільшення прибутків та ефективна діяльність підприємства, що є ключовим для успішної організації.

Одні компанії орієнтуються на національний ринок як основну діяльність, інші охоплюють міжнародні ринки, а також існують ті які поєднують в собі обидва варіанта. Все це залежить від специфіки виробництва та попиту на

продукцію яка виробляється. Існують такі продукти виробництва які вигідніше продавати за кордон, а ніж на національну ринку через брак попиту на даний товар.

Стратегії для виходу підприємства на міжнародний ринок спрямовані на ті ринки збуту продуктів, які є великими і мають низькі бар'єри для іноземних товарів та компаній. Компанії, що адаптують стратегії для виходу підприємства на зовнішній ринок, навряд чи будуть цілком націлені на країни з високими бар'єрами та малими ринками національних продуктів. Однак, враховуючи довгострокову тенденцію зниження торговельних бар'єрів у поєднанні з економічним зростанням, більшість компаній будуть розробляти свої стратегії. Для того щоб обрана стратегія виходу підприємства на зовнішній ринок було успішною та сприяла ефективній діяльності підприємства для початку потрібно правильно обрати ринок на який підприємство вийде.

Перед тим як обрати стратегію з якою підприємство вийде на міжнародний ринок потрібно пройти такі ключові етапи:

1. Визначення цілей і можливих завдань.
2. Аналіз міжнародного маркетингового середовища.
3. Аналіз ресурсної бази.
4. Рішення про доцільність виходу на зовнішній ринок.
5. Рішення про те на які ринки виходити.
6. Розробка ринкової стратегії.
7. Вибір типу ринкового позиціонування.
8. Розробка механізмів імплементації міжнародної маркетингової стратегії.

Найбезпечнішим та найпростішим виходом підприємства на зовнішній ринок є експорт товарів. Багато підприємств які тільки починають свою міжнародну діяльність використовують саме його так само як і більш досвідчені компанії з налагодженими зв'язками. Перевагою даного методу є те, що виробник позбавляється ризиків які пов'язані з реалізацією продукції за кордоном. При цьому реалізація товарів через посередника дозволяє зробити менше помилок, оскільки, при цьому все пройде на професійному, досвідченому рівні.

Одним з не менш актуальних видів експорту є експортна франшиза. В основі такої експортної діяльності лежить розвинена система продажу продукції, при якій підприємство здійснює збутову політику з відомим логотипом чи ексклюзивною технологією виробництва.

Одною з популярних видів зовнішньої діяльності є спільна підприємницька діяльність, що передбачає об'єднання двох і більше підприємств з метою здійснення спільної підприємницької діяльності. Ця діяльність може створюватись як між вітчизняними підприємствами так і з партнерами з інших країн для посилення своєї міжнародної діяльності. Ця діяльність відрізняється від експорту тим, що для того щоб діяльність була більш ефективною створюється спільна виробнича потужність.

Ще одним способом виходу компанії на міжнародні ринки є пряме інвестування. Цей спосіб виходу підприємства на зовнішній ринок передбачає вкладення коштів в створення за кордоном складських потужностей або виробничого цеху. Прямі іноземні інвестиції дають можливість повного контролю над усіма процесами міжнародної діяльності підприємства. Основними перевагами прямого іноземного інвестування є те, що компанія може контролювати маркетингову та збутову політику. Також підприємство має прямий зв'язок з своїми споживачами на іноземному ринку, що дозволяє краще задовільнити їхні потреби тим самим збільшити свою конкурентоспроможність. До основних недоліків можна віднести ризик девальвації іноземної валюти та політична нестабільність міжнародних ринків. При значних іноземних інвестиціях рівень гнучкості підприємства на цьому ринку знижується.

Всі вищезазначені шляхи виходу підприємства мають свої переваги та недоліки. Коли компанія прагне визначити який з них найбільш їй підходить, вона здійснює аналіз можливостей та очікувань, а вже після робить висновок, який шлях для неї більш оптимальний. Виявивши потреби майбутніх клієнтів та особливостей ринку, можна розробити потрібну підприємству стратегію. Цей етап є останнім та найбільш важливим перед виходом на зовнішні ринки.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТА ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНИХ ПОКАЗНИКІВ ДІЯЛЬНОСТІ ТЗОВ «ВП БУДПРОМВИРІБ»

2.1. Загальна характеристика підприємства ТзОВ «ВП будпромвиріб»

ТзОВ «Виробниче підприємство Будпромвиріб» засноване 10 січня 2005 року. Засновниками підприємства є товариство з обмеженою відповідальністю «Галицька Основа» з місцезнаходженням у м. Львів вул. Водогінна, 2. Товариство є юридичною особою за законодавством України з витікаючими з цього правами і обов'язками. Товариство розташоване за адресою: вул. Поповича 52-А, Стрийський р-н, Львівська область, Україна. Місце реєстрації: Стрийська Районна Державна Адміністрація Львівської області, дата реєстрації: 10.01.2005 р. (див. Додаток А)

Підприємство створене для здійснення виробничої, інвестиційної торговельної та іншої діяльності у відповідності з чинним законодавством України на будівельному ринку включаючи отримання прибутку.

Товариство здійснює наступні види діяльності:

- виготовлення виробів із бетону для будівництва;
- виробництво будівельних металевих конструкцій;
- будівництво житлових і нежитлових будівель;
- роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах.

Основною на ТзОВ «Виробниче підприємство Будпромвиріб» є виробнича діяльність, яка полягає у виготовленні будівельних виробів. Торговельна діяльність присутня на підприємстві і полягає у збуті виготовленої продукції. Іншими видами діяльності дане товариство не займається.

Правовий статус ТзОВ «ВП Будпромвиріб». Товариство набуло права юридичної особи з дня його реєстрації. Товариство, будучи юридичною особою згідно із законодавством України, має самостійний баланс, круглу печатку та кутовий штамп із своїм найменуванням, знак для товарів і послуг. Воно вправі від

свого імені укладати договори, набувати майно, майнові та немайнові права та нести обов'язки, бути позивачем і відповідачем у суді (див. Додаток З, К)

Будь-яке підприємство діє на підставі статуту, так само і ТзОВ «ВП Будпромвиріб» має власний статут згідно якого є певні зібрання обов'язкових правил, що регулюють його індивідуальну діяльність, взаємовідносини з іншими суб'єктами господарювання. Форма власності ТзОВ «ВП Будпромвиріб» – приватна. Вид економічної діяльності: виготовлення виробів із бетону для будівництва. ТзОВ «ВП Будпромвиріб» може створювати юридичні особи, філії, представництва та інші відокремлені підрозділи як на території України, так і за її межами. Товариство користується правом на охорону комерційної таємниці та захист конфіденційної інформації про свою діяльність (див. Додаток А).

Матеріально-технічна база підприємства повністю відповідає його потребам. Підприємство складається з виробничого корпусу, з адміністративно-побутового корпусу, майданчика для стоянки техніки та легкових автомобілів. Відділи підприємства обладнані необхідними офісними обладнанням. Виробнича база включає всі необхідні для даного виду виробництва прилади, машини, станки та техніку. Земля на якій ТзОВ «ВП Будпромвиріб» веде свою діяльність орендується, так само і орендуються основні засоби. На підприємстві працює 32 працівників. Підприємство має відкриті рахунки в банках.

Першим етапом розвитку даного підприємства був етап входження на ринок, який тривав протягом 2 років. На даному етапі ТзОВ «ВП Будпромвиріб» займалося виробництвом будівельних матеріалів згідно встановлених стандартів; виготовлення товарного бетону, розчину, залізобетонних, бетонних, металевих, дерев'яних виробів та конструкцій для особистих потреб та з метою їхньої реалізації; розробка, виготовлення, впровадження виробів, матеріалів та пристроїв, необхідних для статутної діяльності. Реалізація будівельних матеріалів здійснювалася на території Стрийського району Львівської області.

На наступному етапі своєї діяльності ТзОВ «ВП Будпромвиріб» реалізовувало свою продукцію на території Львівської області. На даний момент

підприємство знаходиться на етапі зростання. Воно здійснює виробництво, встановлення, монтаж, ремонт, обслуговування, передачу та отримання у користування обладнання, техніки, конструкцій, машин, пристроїв, устаткування, знарядь, засобів, механізмів, транспорту, в т. ч. призначених для виробництва та транспортування будівельних матеріалів; організацію виробництва на їх основі матеріалів, виробів та конструкцій.

До продукції ТзОВ «ВП Будпромвиріб» відносяться: перемички, прогони, опорні плити, блоки, фундаментні подушки, бетон, розчин, залізобетонних, бетонних, металевих, дерев'яних виробів та конструкцій для особистих потреб, цегла, будкамені, дахівка, буд кераміка. Асортимент продукції підприємства є різноманітний і залежить від замовлень (див. Додаток Ж).

Одними з найбільших замовлень ТзОВ «ВП Будпромвиріб» були будівельні конструкції та матеріали для будівництва Львівського аеропорту і стадіону «Арена Львів».

ТзОВ «ВП Будпромвиріб» функціонує на будівельному ринку, який на даний момент розвивається, хоч і з деякими складнощами. Розвиток будівельного ринку відбувається не надто швидко, і це пов'язано з проблемами розвитку території і комплексної забудови, відсутністю якісної, достовірної і комплексної інформаційної системи на даному ринку, недоліками законодавчої бази, впливом фінансової кризи, недостатньою кількістю кваліфікованих кадрів, системи якості на базі міжнародних стандартів відсутні на багатьох підприємствах. Географічне охоплення ринку. ТзОВ «ВП Будпромвиріб» здійснює свою діяльність на локальному ринку, тобто на території Львівської області.

ТзОВ «ВП Будпромвиріб» є невеликим підприємством по виробництву будівельних матеріалів, тому його організаційна структура не є складною. Проте на підприємстві є всі необхідні підрозділи та посади для нормального його функціонування. Оскільки на ТзОВ «ВП Будпромвиріб» немає такої посади як логіст і відділу логістики, то за логістичне обслуговування відповідає головний бухгалтер. Він разом із своїми підлеглими займається постачання сировини та матеріалів, а також збутом готової продукції.

Директор підприємства контролює діяльність всього підприємства, безпосередньо під його керівництвом є головний бухгалтер, бухгалтер по реалізації, інженер з охорони праці, головний механік (енергетик), інженер по нагляду за кранами, майстер по виробництву та виконроб, майстер служби спостереження за будівлями та спорудами. Більшість з них мають також своїх підлеглих і контролюють їх діяльність.

Організаційна структура управління ТзОВ «ВП Будпромвиріб» є функціональною тому, що деякі працівники підпорядковуються не тільки своєму безпосередньому начальнику, але і директору підприємства. Що стосується реалізації управлінських рішень підприємство сприймає як комплекс робіт і їх ефективне впровадження. Так як на підприємстві немає відділу маркетингу, то керівник розчленовує загальну денну програму роботи кожної бригади, ділянки (групові завдання) і доводить цю програму виконавцю, тобто майстру виробництва. Обробка виробничих процесів здійснюється на основі комп'ютерів-програмного забезпечення.

Інформаційне середовище ТзОВ «ВП Будпромвиріб», у якому реалізується комп'ютерна технологія, характеризується наявністю наступного забезпечення: інформаційного, програмного, методичного, організаційного, економічного та технічного.

Основною програмою діяльності менеджера підприємства є «1С: Бухгалтерія» версія 7.7. Рух інформації від підприємства у напрямку зовнішнього середовища здійснюється шляхом застосування таких програм: «Банк – клієнт» – програма за допомогою якої організовується робота з Приватбанком, Райффайзен банком Аваль; «MEDOK IS» – для передання бухгалтерської звітності в державну податкову інспекцію та управління статистики. Це універсальна бухгалтерська програма, яка може налаштовуватись самим бухгалтером з урахуванням особливостей бухгалтерського обліку на підприємстві, змін в законодавстві.

2.2. Фінансовий аналіз господарської діяльності

Весь процес оцінки бізнесу пов'язаний з фінансуванням називають фінансовим аналізом. Він дозволяє ефективно визначити чи є суб'єкт господарської діяльності стабільним, платоспроможним, достатньо ліквідним або вигідним, щоб гарантувати грошові інвестиції. Даний аналіз здійснюється на осові звітів про прибутки та збитки, балансі та звітів про рух грошових коштів.

Виробнича потужність ТзОВ «ВП Будпромвиріб» зосереджена на виготовлення бетону, залізобетонних конструкцій та відповідних матеріалів. Продукція виготовляють в цеху, що розміщений на території підприємства.

За 2015 рік ТзОВ «ВП Будпромвиріб» виробляло 18057 штук залізобетонних виробів об'ємом до 3263,2 м³. За 2016 рік підприємство виробляло 19847 штук залізобетонних виробів об'ємом 3680,3 м³. За 2017 рік ТзОВ «ВП Будпромвиріб» виробляло 13915 штук залізобетонних виробів об'ємом 2632,11 м³.

Помітно, що виробнича потужність підприємства протягом 2016 року зросла на 5932 штук залізобетонних виробів і на 85,03 м³.

Протягом 2017 року виробнича потужність зменшилась за 2016 рік. Порівняно з 2016 роком виробнича потужність ТзОВ «ВП Будпромвиріб» за 2017 рік зменшилась на 1048,19 м³.

Розглянемо основні техніко-економічні показники ТзОВ «ВП Будпромвиріб» у табл. 2.1 та їх динаміку у табл. 2.2.

Таблиця 2.1

Основні техніко-економічні показники ТзОВ «ВП Будпромвиріб»

| Показник | Роки | | |
|---------------------------|--------|--------|--------|
| | 2015 | 2016 | 2017 |
| Товарооборот, тис. грн | 8038,4 | 8852,6 | 8105,2 |
| Прибуток, тис. грн | 321 | -179,3 | -222,8 |
| Продуктивність праці, грн | 171,8 | 204,9 | 182,5 |
| Собівартість, тис. грн | 5496,3 | 6449,6 | 5870,0 |

Джерело: сформовано автором на основі звітності

Таблиця 2.2.

Динаміка основних техніко-економічних показників
ТЗОВ «ВП Будпромвиріб»

| Показник | Абсолютне відхилення, тис. грн | | Відносне відхилення, % | | Темп росту, % | |
|-------------------------|-----------------------------------|-----------|---------------------------|---------------|---------------|---------------|
| | 2016/2015 | 2017/2016 | 2016/ 2015 | 2017/ 2016 | 2016/ 2015 | 2017/ 2016 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| Товарооборот | 814,2 | -747,4 | 10,2 | -8,5 | 110,2 | 91,5 |
| Прибуток | -500,3 | -43,5 | -155,8 | 24,3 | -55,8 | 124,3 |
| Продуктивність праці | 33,1 | -22,5 | 19,3 | -10,9 | 119,3 | 89,1 |
| Собівартість | 953,3 | -579,6 | 17,4 | -8,9 | 117,4 | 91,1 |

Джерело: сформовано автором на основі звітності

Проаналізувавши вищенаведені показники, можна зробити такі висновки: у 2017 році порівняно з 2015 та 2016 роком всі показники знизились. Тобто у 2017 році діяльність ТЗОВ «ВП Будпромвиріб» погіршилась і підприємство навіть отримало збиток у розмірі 222,8 тис. грн.

До основних споживачів ТЗОВ «ВП Будпромвиріб» відносяться: ТЗОВ «Галицька Основа», ТЗОВ «Стрийбудмонтаж», ТЗОВ «Салон АБД», СП ТЗОВ «Керос-Київ», ТЗОВ «Інко ЛТД», ФОП Ружилю В.М., ПП Дмитрах О.Л. . Також до споживачів відносяться фізичні особи (Див. Додаток Ф).

Таблиця 2.3

Обсяги продаж ТЗОВ «ВП Будпромвиріб»

| Показник | Роки | | |
|------------------------|--------|--------|--------|
| | 2015 | 2016 | 2017 |
| Обсяг продаж, тис. грн | 6698,7 | 7377,2 | 6754,3 |

Джерело: сформовано автором на основі [Додаток Б, В, Д]

З табл. 2.3 видно, що у 2016 році обсяги продаж зросли порівняно з 2015р., та у 2017 р. продажі знову впали. ТЗОВ «ВП Будпромвиріб» використовує канали

збуту нульового рівня. Підприємство взаємодіє безпосередньо з самими покупцями.

Для здійснення аналізу стану матеріально-технічної бази споживчого товариства побудуємо таблицю на основі показників балансу підприємства (див. табл. 2.4.).

Таблиця 2.4

Динаміка показників руху та стану основних фондів

| Показники | 2015 р. | 2016 р. | 2017 р. | Відхилення абсолютне, тис.грн. | | Відхилення відносне, % | |
|--|---------|---------|---------|--------------------------------|-----------|------------------------|-----------|
| | | | | 2016/2015 | 2017/2016 | 2016/2015 | 2017/2016 |
| 1. Вартість основних засобів на початок періоду, тис. грн. | 1562,3 | 1575,0 | 1583,3 | 12,7 | 8,3 | 100,1 | 100,5 |
| 2. Залишкова вартість основних засобів, тис.грн. | 784,1 | 706,9 | 634,1 | -77,2 | -72,8 | 0,82 | 0,53 |
| 3. Сума нарахованого зносу, на початок періоду тис. грн. | 778,2 | 868,1 | 949,1 | 89,9 | 81,0 | -9,9 | -10,3 |
| 4. Коефіцієнт зносу основних засобів | 0,49 | 0,55 | 0,59 | - | - | 11,5 | 9,3 |
| 5. Коефіцієнт придатності основних засобів | 0,50 | 0,45 | 0,41 | - | - | -11,8 | -8,9 |

Джерело: сформовано автором на основі [Додаток Б, В, Д]

Як бачимо з даних таблиці 2.4, вартість основних засобів у 2016 році збільшилася порівняно з 2015 роком на 12,7 тис.грн., в 2017 році збільшився в порівнянні з 2016 роком на 8,3 тис. грн. залишкова вартість основних засобів у 2016 році зменшилася на 77,2 тис. грн., і на 72,8 тис.грн. у 2017р. відповідно. Коефіцієнт зносу основних засобів у 2017р. становив 0,59%, коефіцієнт придатності основних засобів 0,41.

Оскільки на ТзОВ «ВП Будпромвиріб» немає такої посади як менеджер, то за менеджерське обслуговування відповідає директор. Він разом із своїми підлеглими займається постачання сировини та матеріалів, а також збутом готової продукції.

Таблиця 2.5

Динаміка та структура запасів ТзОВ «ВП Будпромвиріб» за 2017 рік

| Матеріальні оборотні кошти | За 2016 | | За 2017 | | В і д х и л е н н я | | |
|--|--------------|------|--------------|------|---------------------|----|----------------------|
| | тис. грн. | % | тис.гр н. | % | + / - | % | пунктів структури |
| Виробничі запаси: | | | | | | | |
| - Сировина і матеріали | 92,1 | 17,2 | 110,9 | 16,6 | 18,5 | - | -0,6 |
| - Купівельні напівфабрикати і комплектуючі | - | - | - | - | - | - | - |
| - Паливо | 4,9 | 0,9 | 3,4 | 0,5 | -1,5 | - | - |
| - Тара та тарні матеріали | 1,2 | 0,2 | 1,2 | 0,2 | - | - | - |
| - Будівельні матеріали | - | - | - | - | - | - | - |
| - Запасні частини | 14,9 | 2,8 | 28,5 | 4,2 | +13,6 | - | +1,4 |
| - Матеріали сільськогосподарського призначення | - | - | - | - | - | - | - |
| - Малоцінні та швидкозношувані предмети | 6,1 | 1,2 | 7,1 | 1,1 | 1 | - | -0,1 |
| Всього виробничих запасів | 119,2 | 22,3 | 151,1 | 22,6 | +31,9 | - | -0,3 |
| Готова продукція | 415,6 | 77,7 | 519,1 | 77,4 | +103,5 | -- | -0,3 |
| Товари | - | - | - | - | - | - | - |
| РАЗОМ | 534,8 | 100 | 670,2 | 100 | +135,4 | - | - |

Джерело: сформовано автором на основі [Додаток С, Т]

Наведені у табл. 2.5 дані свідчать, що на підприємстві чітко виражена тенденція до збільшення залишків виробничих запасів, та збільшення готової продукції.

Питома вага виробничих запасів у загальній структурі запасів складає менше половини запасів 22,3%. Частка залишків готової продукції в структурі запасів зменшилась на 0,3 пунктів. Це негативна тенденція пояснюється зниженням попиту на окремі види готових виробів, низькою якістю продукції тощо.

Таблиця 2.6

Аналіз стану виробничих запасів ТзОВ «ВП Будпромвиріб» за 2017 рік

| Вид запасу | Маса, т | | Ціна, тис.грн. | | Залишок запасів тис.грн. | | Зміна ціни запасів, тис.грн. |
|--------------------------|-----------------|----------------|-----------------|----------------|--------------------------|----------------|------------------------------|
| | На початок року | На кінець Року | На початок року | На кінець року | На початок року | На кінець року | |
| Металопрокат (т) | 4,224 | 0,46 | 11574,2 | 16291,8 | 48889,07 | 7494,23 | +4717,6 |
| Цемент (т) | 5,228 | 34,255 | 1391,7 | 1625,1 | 7275,9 | 55665,79 | +233,4 |
| Гравій (м ³) | 159,997 | 336,790 | 155,2 | 228,2 | 24829,67 | 76856,7 | +73 |
| Електроди (кг) | - | - | - | - | - | - | - |
| Пісок (м ³) | - | - | - | - | - | - | - |
| Разом | X | X | x | x | 19706,13 | 29042,6 | -1030,01 |

Джерело: сформовано автором на основі [Додаток У]

Дані таблиці 2.6 показують, що зростання вартості виробничих запасів відбулося за рахунок їх подорожчання у зв'язку з інфляцією.

На підприємстві є складські потужності, на яких зберігається сировина і готова продукція. На меншому складі зберігаються сировина та матеріали необхідні для виробництва продукції, а на більшому готова продукція. Важко проаналізувати попит на продукцію ТзОВ «ВП Будпромвиріб», оскільки багато продукції виробляється під замовлення.

Таблиця 2.7

Аналіз власного капіталу ТзОВ «ВП Будпромвиріб»

| Показники | 2015 | | 2016 | | 2017 | | Відхилення абсолютне, тис. грн. | | Відхилення відносне, % | |
|---|----------------|------|----------------|------|----------------|------|---------------------------------|-----------|------------------------|-----------|
| | сума тис. грн. | В,% | сума тис. грн. | В,% | сума тис. грн. | В,% | 2016/2015 | 2017/2016 | 2016/2015 | 2017/2016 |
| Власний капітал | 1449,3 | 100 | 1270,0 | 100 | 1047,2 | 100 | -179,3 | -222,8 | -12,4 | -17,5 |
| Статутний капітал | 30,0 | 2,1 | 30,0 | 2,4 | 30,0 | 2,9 | - | - | - | - |
| Нерозподілений прибуток (непокритий збиток) | 1419,3 | 97,5 | 1240,0 | 97,6 | 1017,2 | 97,1 | -179,3 | -222,8 | -12,6 | -17,9 |

Джерело: сформовано автором на основі [Додаток Б,В,Д]

Дані таблиці показують зміни в розмірі та структурі власного капіталу порівнюючи 2015-2017р. власний капітал значно зменшився у 2017 р. Нерозподілений прибуток зменшився в сумі 1017,2 тис. грн., що становить 97,1% у структурі власного капіталу. Основним джерелом фінансування є власний капітал, який становить на кінець 2017 року 1047,2 тис. грн. До його складу входять: статутний капітал – 30 тис. грн. та нерозподілений прибуток – 1017,2 тис. грн.

В цілому зменшення вартості власного капіталу є негативним явищем і сприяє зменшенню фінансової стійкості підприємства.

Необоротні активи – це сукупність матеріально-речових і нематеріальних цінностей та об'єктів, які належать установі, забезпечують її функціонування і мають очікуваний термін корисної дії чи експлуатації понад один рік.

Необоротні активи ТзОВ «ВП Будпромвиріб» за 2017р. мають такий склад: основні засоби – на початок звітного періоду 634,1 тис.грн., на кінець 677,1тис. грн.; первісна вартість на початок звітного періоду 1583,3 тис.грн., на кінець 1708,4 тис. грн.; знос на початок звітного періоду 949,1 тис.грн., на кінець звітного періоду 1031,3 тис.грн.; інші фінансові інвестиції на початок звітного періоду 11,3 тис. грн і на кінець звітного періоду 0,8 тис. грн.

Динаміка показників руху основних фондів є позитивна. Стан основних фондів незадовільний, але враховуючи позитивну динаміку руху основних фондів, можна стверджувати, що в найблищі роки їх якісний стан покращиться.

Для оцінки структури операційних доходів використаємо дані Звіту про фінансові результати за 2015-2017 роки.

2.3. Оцінка потенціалу підприємства для виходу на зовнішній ринок

Першим кроком при побудові міжнаціональної системи продажу є визначення стратегічних параметрів підприємства. У цьому випадку можна розглянути три основні параметри.

По-перше, необхідно аналізувати зовнішнє оточення підприємства. В рамках цього аналізу розглядаються макроекономічні показники (економічні, соціокультурні, політичні та технологічні фактори), і мікроекономічні фактори, такі як стан ринку та конкурентоспроможність. Ефективний аналіз зовнішнього середовища підприємства повинен включати аналіз всього світового ринку, щоб не упустити з уваги нові тенденції, нові конкуренти або нові можливі ринки.

По-друге, необхідно аналізувати сильні та слабкі сторони підприємства. Це необхідне для того, щоб виявляти можливості та загрози, а також глобальні тенденції. Окрім цього підприємству необхідно визначити свою конкурентну перевагу. Керівник підприємства повинен знати, що вони пропонують на ринку і

які ринки вони обслуговують. Вони повинні знати технологічні та ресурсні можливості підприємства, його потенційні продажі та прибутки.

По-третє, треба враховувати інтереси та очікування всіх зацікавлених осіб (акціонерів, менеджерів, працівників, покупців) при розробці цілей підприємства. Часто різні групи зацікавлених осіб мають протилежні інтереси та очікування щодо розміру підприємства, його прибутковості та стратегії. Таким чином, перш ніж розробити стратегію розвитку системи продажів, менеджери повинні переконатися, що цілі, досягнуті за допомогою цієї стратегії, узгоджуються з реальним станом зовнішнього середовища, можливостями підприємства, а також бажаннями та очікуваннями всіх зацікавлених осіб.

На даному етапі будівельна галузь України має не стійку тенденцію розвитку, причиною чого деякі внутрішні та зовнішні загрози, які впливають на діяльність підприємства. Не зважаючи на це будівельна галузь є однією з найважливіших галузей промисловості в будь-якій індустріально-розвиненій країні, тому дуже важливо проаналізувати найбільш важливі сильні та слабкі сторони. Можливості та загрози розвитку будівельного комплексу притаманні більшості підприємств даної галузі.

Простим та зручним способом аналізу зовнішнього середовища підприємства є PEST-аналіз. Такий аналіз дозволяє оцінити політичні, економічні, соціально-культурні та технологічні фактори, які можуть впливати на підприємство впродовж майбутніх 3-5 років. Також результати цього аналізу можна використати для складання SWOT-аналізу, що теж стане позитивним фактором в оцінці потенціалу підприємств. Це дозволить підприємству більш чітко та ефективно сформулювати майбутній план дій та обрати правильну стратегію.

Для початку потрібно визначити, які фактори зовнішнього середовища можуть вплинути на розвиток підприємства. Для цього наведемо, спираючись на аналіз ситуації в країні, основні політичні, економічні, соціально-культурні та технологічні фактори.

До політичних факторів віднесемо:

1. Стабільність влади та діючого уряду

2. Рівень корупції в країні
3. Тарифне та нетарифне регулювання
4. Можливість розвитку військових дій в країні

До економічних факторів віднесемо:

1. Курс валют
2. Ріст економіки
3. Розмір заробітної плати
4. Рівень доходів населення

До соціально-культурних факторів віднесемо:

1. Вимоги до якості продукції
2. Рівень міграції населення
3. Тривалість життя населення
4. Стан охорони здоров'я

До технологічних факторів віднесемо:

1. Рівень технологічного розвитку галузі
2. Розвиток ІТ-технологій
3. Витрати на дослідження
4. Доступ до новітніх технологій

Отже, тепер потрібно розрахувати які фактори будуть більш інтенсивно впливати на підприємство, а які навпаки. Для цього ми побудуємо таблицю в якій проведемо оцінку сили впливу кожного фактора (від 1 до 3) та ймовірність зміни впливу фактора на підприємство (від 1 до 5). Після цього розраховується середній бал впливу фактора на організацію.

Для зручнішого проведення оцінки факторів впливу на підприємство побудуємо таблицю в якій проведемо оцінку, та розрахуємо середній бал впливу на підприємство.

У таблиці 2.8 можна побачити які фактори є ключовими, та мають найбільший вплив на організацію. З таблиці видно, що є велика різниця між факторами. Одні мають великий вплив на підприємство, що видно з оцінки експертів.

Таблиця 2.8.

PEST-аналіз

| Опис фактора | Вплив фактора | Оцінка експертів | | | | | Середня оцінка | Оцінка впливу фактора |
|-----------------------------|---------------|------------------|---|---|---|---|----------------|-----------------------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | |
| Політичні фактори | | | | | | | | |
| Фактор 1 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4,0 | 0,40 |
| Фактор 2 | 2 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2,0 | 0,13 |
| Фактор 3 | 1 | 2 | 1 | 1 | 3 | 3 | 2,0 | 0,07 |
| Фактор 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4,6 | 0,46 |
| Економічні фактори | | | | | | | | |
| Фактор 1 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5,0 | 0,50 |
| Фактор 2 | 2 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4,0 | 0,27 |
| Фактор 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 1 | 2 | 2,2 | 0,15 |
| Фактор 4 | 1 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 0,10 |
| Соціально-культурні фактори | | | | | | | | |
| Фактор 1 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 2 | 2,8 | 0,19 |
| Фактор 2 | 2 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4,2 | 0,28 |
| Фактор 3 | 1 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3,2 | 0,11 |
| Фактор 4 | 1 | 3 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2,6 | 0,09 |
| Технологічні фактори | | | | | | | | |
| Фактор 1 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2,4 | 0,24 |
| Фактор 2 | 2 | 4 | 2 | 3 | 4 | 2 | 3,0 | 0,20 |
| Фактор 3 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2,4 | 0,08 |
| Фактор 4 | 1 | 3 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1,8 | 0,06 |
| ВСЬОГО | 30 | | | | | | 49,2 | |

Джерело: складено автором

Такий вплив є в основному наслідком розвитку країни та загального стану економіки. Для зручнішої класифікації складемо зведену таблицю в якій показано в відповідності впливу факторів на підприємство та загальний бал впливу який розраховувався на основі оцінки експертів.

Таблиця 2.9.

Зведена таблиця PEST-аналізу

| ПОЛІТИЧНІ | | ЕКОНОМІЧНІ | |
|---------------------|---------------|--------------|---------------|
| Фактор | Оцінка впливу | Фактор | Оцінка впливу |
| Фактор 4 | 0,46 | Фактор 1 | 0,50 |
| Фактор 1 | 0,40 | Фактор 2 | 0,27 |
| Фактор 3 | 0,07 | Фактор 3 | 0,15 |
| Фактор 2 | 0,13 | Фактор 4 | 0,10 |
| СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНІ | | ТЕХНОЛОГІЧНІ | |
| Фактор | Оцінка впливу | Фактор | Оцінка впливу |
| Фактор 2 | 0,28 | Фактор 1 | 0,24 |
| Фактор 1 | 0,19 | Фактор 2 | 0,20 |
| Фактор 3 | 0,11 | Фактор 3 | 0,08 |
| Фактор 4 | 0,09 | Фактор 4 | 0,06 |

Джерело: складено автором

Отже, провівши цей аналіз можна зробити висновок, що найбільший вплив на діяльність на розвиток підприємства мають такі фактори: стабільність влади та діючого уряду, курс валют, можливість розвитку військових дій в країні, міграційні процеси, ріст економіки, рівень технологічного розвитку галузі та вимоги до якості продукції. Ці фактори є ключовими і при виборі стратегії підприємству потрібно врахувати всі ризики, які можуть виникнути під впливом цих факторів.

Також одним з найефективніших методів аналізу поточної ситуації підприємства є SWOT-аналіз. Цей метод дозволяє узагальнити стратегічні чинники підприємства та попередити виникнення кризових ситуацій. Найбільш ефективно аналіз допоможе визначити ризики з якими підприємство може зіткнутися та виявити конкурентні переваги підприємства над іншими.

Щоб даний аналіз був достовірним доцільно буде провести його в порівнянні з іншими підприємствами даної галузі промисловості, які працюють на будівельному ринку. Також потрібно врахувати ситуацію в країні та політичну

нестабільність держави та відносини з іншими державами. Результати аналізу наведено в таблиці 2.9.

Таблиця 2.9.

Матриця SWOT-аналізу

| | | |
|---|--|--|
| | Можливості: 1.Значний інтерес інвесторів до даної галузі | Загрози: 1. Збільшення рівня конкуренції в галузі 2. Інфляційні ризики |
| Сильні сторони: 1. Цінова політика нижча ніж в конкурентів 2. Якість продукції на високому рівні 3. Налагодженні зв'язки з постачальниками | Поле СіМ: Стратегія використання високого рівня якості продукції та зв'язки з постачальниками для залучення нових інвесторів. | Поле СіЗ: Стратегія щодо підвищення рівня кваліфікації працівників для збільшення конкуренції в галузі. |
| Слабкі сторони: 1. Відсутність логістичної системи 2. Відсутність маркетингового підрозділу 3. Мале охоплення сегменту ринку | Поле СлМ: Стратегія по удосконаленню організаційної системи на підприємстві, що дозволить розширити ринки збуту. | Поле СлЗ: Стратегія по зменшенню інфляції за рахунок нормалізації цінової політики підприємства |

Джерело: складено автором

Поле СіМ – передбачає розвиток сильних сторін щодо реалізації можливостей зовнішнього середовища.

Поле СіЗ – орієнтує стратегію на боротьбу із загрозами за допомогою використання внутрішніх резервів.

Поле СлМ – використання можливостей для подолання слабких сторін його внутрішнього потенціалу.

Поле СлЗ – розробка стратегії, яка дає змогу підприємству відвернути можливі загрози в зовнішньому середовищі.

ТзОВ «ВП Будпромвиріб» є невеликим підприємством по виробництву будівельних виробів, і керівник один може управляти діяльністю співробітників, то застосовується проста схема. Проте на підприємстві є всі необхідні підрозділи та посади для нормального його функціонування.

Досить чітко розподілені функції, обов'язки і права між керівниками і їхніми заступниками. Організаційна структура управління ТзОВ «ВП Будпромвиріб» побудована за лінійно-функціональним принципом (або змішаним). Лінійно-функціональна структура включає переваги лінійної та функціональної структур, представляє собою єдність розпорядництва та кваліфіковане здійснення функцій управління спеціальним апаратом підприємства. Для неї характерна ієрархічність управління. Представлені ланки управління у вигляді самостійних структурних підрозділів, що виконують визначені функції (відділ праці і заробітної плати, бухгалтерія) і лінійних керівників (начальник цеху, майстер) розподіляються за рівнями управління. Така структура дозволяє чітко розподіляти функції управління і тим самим забезпечити ефективне управління кожною ланкою управління.

Територія на якій ТзОВ «ВП Будпромвиріб» веде свою діяльність орендується, так само і орендуються основні засоби. На підприємстві працює 32 працівників, з яких 10 – керівні посади. Підприємство має свій статут і відкриті рахунки в банках.

Для ефективного функціонування виробничого підприємства створена інформаційна система, яка здатна протягом короткого часу задовольняти потреби підприємства. Для цього на підприємстві існує дороге інформаційне забезпечення, в штаті є фахівців, які в змозі розробити та обслуговувати інформаційну систему, яка відповідає потребам підприємства.

Нормування праці є складовою частиною управління виробництвом і полягає у визначенні необхідних витрат праці на виконання робіт (виготовлення продукції), як окремими працівниками, так і колективами працівників і

встановлення на цій основі норм праці. Робота працівників в товаристві починається о 8 годині, закінчується о 16,30 годині, 0,5 години – перерва на обід (13.00 – 13.30).

Провівши аналіз використання робочого часу на підприємстві свідчить наступне:

- тривалість робочого часу керуючого персоналу директора перевищує норму на 3 години, а корисна зайнятість при цьому складає всього 5-6 годин;

- майстер по виробництву «перепрацьовує» по 2-3 години, а корисна зайнятість відповідно складає 5-6 годин.

- працівникам, що займаються виробництвом продукції, встановлено підсумований облік робочого часу, причому максимальна денна тривалість робочого часу не може перевищувати:

- 10 годин в нормальних умовах праці, при умові збереження місячної годинної норми часу;
- 8 годин при роботі зі шкідливими і важкими умовами праці;
- 7 годин при роботі в нічний час.

- інші підрозділи використовують час приблизно так само, як і головні фахівці.

Оскільки ТзОВ «ВП Будпромвиріб» – це будівельне підприємство, то його діяльність координується державними стандартами України, державними будівельними нормами, сертифікатами на сировину та матеріали (сертифікати на сталь, електроди, зварювальний дріт, флюс, захисні газы, заклепки, болти, матеріали для ґрунтовки зберігаються на підприємстві), протоколами (протоколи випробувань електрозварювальних робіт зберігаються на підприємстві).

До таких державних стандартів відносять:

- ДСТУ Б В.2.7-46:2010. Цементи загальнобудівельного призначення;
- ДСТУ Б В.2.7-124-2004. Будівельні матеріали. Цемент для будівельних розчинів;
- ДСТУ Б В.2.7-239:2010. Розчини будівельні. Методи випробувань;
- ДСТУ Б В.2.7-241:2010. Камінь бутовий. Технічні умови.

До державних будівельних норм відносять:

- ДБН В.2.7-64-97. Правила застосування хімічних добавок у бетонах і будівельних розчинах;
- ДСТУ Б В.2.7-46:2010. Цементи загальнобудівельного призначення;
- ДСТУ Б В.2.7-56:2010. Вироби теплоізоляційні зі скляного штапельного волокна;
- ДСТУ Б В.2.7-82:2010. В'язучі гіпсові;
- ДСТУ Б В.2.7-90:2011. Вапно будівельне.

Система повернення відпрацьованої продукції на підприємстві та її утилізація й переробка полягає у використанні такої продукції у виробництві бетону. Система повторного використання тари та упаковки відсутня.

На підприємстві резервного запасу немає, оскільки вони працюють переважно під замовлення, а оцінкою витрат на зберігання товарно-матеріальних цінностей займається бухгалтерія.

Планування матеріальних потреб на ТзОВ «ВП Будпромвиріб» здійснюється відповідно до:

- замовлень споживачів, які надійшли на певний період;
- проведеної оцінки майбутніх постачальників;
- затвердженого кошторису витрат.

Основними постачальниками будівельних матеріалів є ТзОВ Техметал (металопрокат), ФОП Ружилю В.М. (цемент), Стрийський ГДСЗ (гравій, щебінь), ФОП Проців А.І. (пісок), ФОП Яріш Р.Я. (металопрокат), ТзОВ Сокіл (металопрокат), ТзОВ Любанта-Україна (додаток до бетону), ПП ОККО-Бізнес контракт (паливно-мастильні матеріали).

ТзОВ «ВП Будпромвиріб» також користується послугами інших організацій, зокрема оренда основних засобів, охорона підприємства, транспортні послуги, послуги адвоката.

З усіма постачальниками ТзОВ «ВП Будпромвиріб» працює протягом тривалого періоду, тому вони є надійними і вчасно поставляють необхідну

сировину та послуги. Окремої служби управління логістикою на ТзОВ «ВП Будпромвиріб» немає.

До логістичного відділу на ТзОВ «ВП Будпромвиріб» відноситься головний бухгалтер, який керує діяльністю економіста, програміста та бухгалтером із реалізації. Тобто бухгалтер відповідає за постачання та збут.

На ТзОВ «ВП Будпромвиріб» присутня система доставки продукції. Підприємство немає власного транспортного парку, тому воно користується транспортними послугами інших підприємств, з якими вони співпрацюють.

Оскільки на ТзОВ «ВП Будпромвиріб» немає такої посади як менеджер, то за менеджерське обслуговування відповідає директор. Він разом із своїми підлеглими займається постачання сировини та матеріалів, а також збутом готової продукції.

Ціну на вироби ТзОВ «ВП Будпромвиріб» формує згідно калькуляції. Тому є різні пояснення ціноутворення. По-перше, підприємство найчастіше знає набагато більше про власні витрати, ніж про попит на свій товар. Це змушує її спиратися на калькуляцію витрат при ціноутворенні. По-друге, якщо всі виробники галузі виготовляють продукцію серійну, то їх ціни майже однакові і цінова боротьба між ними мінімальна в порівнянні з галузями, де ціни прямо визначаються попитом.

Висновки до розділу 2

ТзОВ «Виробниче підприємство Будпромвиріб» засноване 10 січня 2005 року. Засновниками підприємства є товариство з обмеженою відповідальністю «Галицька Основа». Основною для ТзОВ «Виробниче підприємство Будпромвиріб» є виробнича діяльність, яка полягає у виробництві будівельних виробів. Торгівельна діяльність присутня на підприємстві і полягає у збуті виготовленої продукції. Іншими видами діяльності дане товариство не займається. Земля на якій ТзОВ «ВП Будпромвиріб» веде свою діяльність орендується, так само і орендуються основні засоби. На підприємстві працює 32 працівників. Підприємство має відкриті рахунки в банках. До продукції ТзОВ «ВП Будпромвиріб» відносяться: перемички, прогони, опорні плити, блоки, фундаментні подушки, бетон, розчин, залізобетонних, бетонних, металевих, дерев'яних виробів та конструкцій для особистих потреб, цегла, будкамені, дахівка, буд кераміка. Асортимент продукції підприємства є різноманітний і залежить від замовлень.

Одними з найбільших замовлень ТзОВ «ВП Будпромвиріб» були будівельні конструкції та матеріали для будівництва Львівського аеропорту і стадіону «Арена Львів». ТзОВ «ВП Будпромвиріб» здійснює свою діяльність на локальному ринку, тобто на території Львівської області.

Виробнича потужність ТзОВ «ВП Будпромвиріб» зосереджена на виготовлення бетону, залізобетонних конструкцій та відповідних матеріалів. Продукція виготовляють в цеху, що розміщений на території підприємства.

За 2015 рік ТзОВ «ВП Будпромвиріб» виробило 18057 штук залізобетонних виробів об'ємом до 3263,2 м³. За 2016 рік підприємство виробило 19847 штук залізобетонних виробів об'ємом 3680,3 м³. За 2017 рік ТзОВ «ВП Будпромвиріб» виготовило 13915 штук залізобетонних виробів об'ємом 2632,11 м³.

Помітно, що виробнича потужність підприємства протягом 2016 року зросла на 5932 штук залізобетонних виробів і на 85,03 м³. Протягом 2017 року виробнича потужність зменшилась за 2016 рік. Порівняно з 2016 роком виробнича

потужність ТзОВ «ВП Будпромвиріб» за 2017 рік зменшилась на 1048,19 м³. Проаналізувавши показники підприємства, можна зробити такі висновки: у 2017 році порівняно з 2015 та 2016 роком всі показники знизились. Тобто у 2017 році діяльність ТзОВ «ВП Будпромвиріб» погіршилась і підприємство навіть отримало збиток у розмірі 222,8 тис. грн.

До основних споживачів ТзОВ «ВП Будпромвиріб» відносяться: ТзОВ «Галицька Основа», ТзОВ «Стрийбудмонтаж», ТзОВ «Салон АБД», СП ТзОВ «Керос-Київ», ТзОВ «Інко ЛТД», ФОП Ружило В.М., ПП Дмитрах О.Л. Також до споживачів відносяться фізичні особи.

Важко проаналізувати попит на продукцію ТзОВ «ВП Будпромвиріб», оскільки багато продукції виробляється під замовлення. У 2016 році обсяги продаж зросли порівняно з 2015р., та у 2017 р. продажі знову впали. ТзОВ «ВП Будпромвиріб» використовує канали збуту нульового рівня. Підприємство взаємодіє безпосередньо з самими покупцями. Необоротні активи ТзОВ «ВП Будпромвиріб» за 2017р. мають такий склад: основні засоби – на початок звітного періоду 634,1 тис.грн., на кінець 677,1тис.грн.; первісна вартість на початок звітного періоду 1583,3 тис.грн., на кінець 1708,4 тис.грн.; знос на початок звітного періоду 949,1 тис.грн., на кінець звітного періоду 1031,3 тис.грн.; інші фінансові інвестиції на початок звітного періоду 11,3 тис.грн і на кінець звітного періоду 0,8 тис. грн.

Вартість основних засобів у 2016 році збільшилася порівняно з 2015 роком на 12,7 тис.грн., в 2017 році збільшився в порівнянні з 2016 роком на 8,3 тис. грн. залишкова вартість основних засобів у 2016 році зменшилася на 77,2 тис. грн., і на 72,8 тис.грн. у 2017р. відповідно. Коефіцієнт зносу основних засобів у 2017р. становив 0,59%, коефіцієнт придатності основних засобів 0,41.

Для аналізу потенціалу підприємства було проведено PEST- та SWOT-аналізи. Провівши PEST-аналіз можна зробити висновок, що найбільший вплив на діяльність на розвиток підприємства мають такі фактори: стабільність влади та діючого уряду, курс валют, можливість розвитку військових дій в країні, міграційні процеси, ріст економіки, рівень технологічного розвитку галузі та

вимоги до якості продукції. Ці фактори є ключовими і при виборі стратегії підприємству потрібно врахувати всі ризики, які можуть виникнути під впливом цих факторів. Після проведення SWOT-аналізу було виділено основні слабкі та сильні сторони підприємства. До слабких сторін відноситься відсутність логістичної системи та відсутність маркетингового підрозділу, а також не велике охоплення ринку. До сильних сторін можна віднести цінову політику та якість продукції, а також налагоджені зв'язки з постачальниками та споживачами.

РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ ВИХОДУ ТЗОВ «ВП БУДПРОМВИРІБ» НА ЗОВНІШНІЙ РИНОК.

3.1. Оцінка конкурентів та вибір цільового зовнішнього ринку

В даний час глобалізація світової економіки стимулює підприємство до виходу на міжнародну арену. Зовнішні ринки надають нові можливості продажу продукції. Вигоди від виходу підприємства на зовнішні ринки ставлять проблему розробки політики міжнародного маркетингу та організації системи продажу з урахуванням нових потреб. Це особливо складна задача для підприємств, які раніше обслуговували лише внутрішній ринок і не мали постійних зовнішньо-торгівельних зв'язків. Міжнародні транзакції та поставки звичайно займають більше часу, часто вимагають використання нових видів транспорту та піддаються впливу не тільки місцевих, але і закордонних законодавчих актів. Незважаючи на всі труднощі, пов'язані з виходом на зовнішні ринки, розробка міжнародної стратегії збуту продукції є необхідною умовою успіху сучасного підприємства в умовах жорсткої міжнародної конкуренції [59, с. 41].

Для початку підприємству потрібно провести детальний аналіз конкурентів які оточують підприємство на внутрішньому ринку. Основною метою даного аналізу є запобігти непотрібних ризиків та оцінити переваги. Оскільки в подальшому така оцінка може стати корисною при виході підприємства на сусідні ринки опираючись на партнерство з підприємствами в одній галузі. Беручи до уваги конкуренцію будівельних підприємств в Львівській області можна дійти до висновку що його майже немає. Оскільки всі компанії працюють активно на майже однакових умовах з перевіреними постачальниками та споживачами. Характер конкуренції на будівельному ринку є помірним. Основними конкурентами ТзОВ «ВП Будпромвиріб» є публічне акціонерне товариство «Галенергобудпром», публічне акціонерне товариство «Львівський завод з/б виробів», публічне акціонерне товариство «Дрогобицький завод залізобетонних виробів».

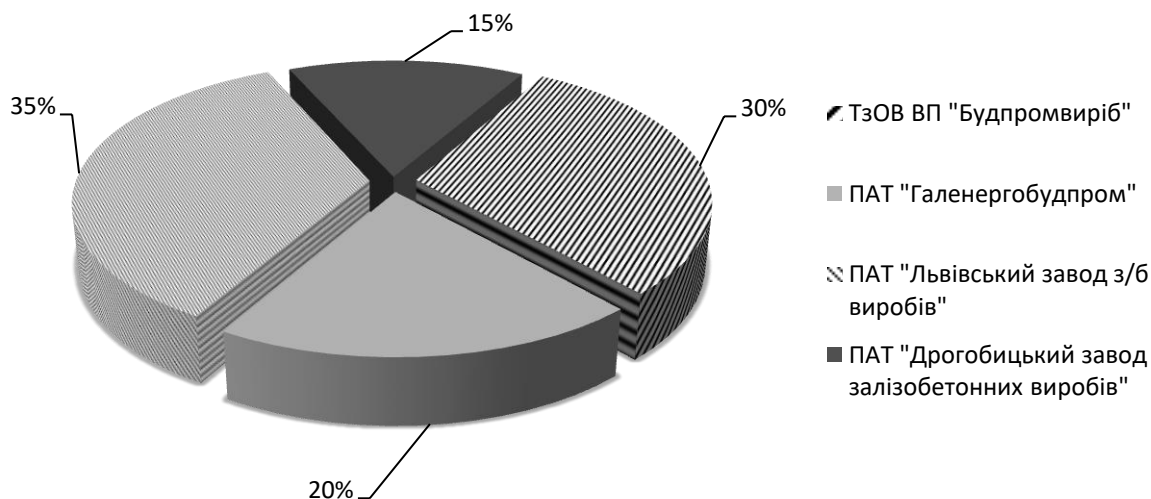


Рис. 3.1. Частка ринку конкурентів та ТзОВ «ВП Будпромвиріб»

Джерело: розроблено автором

Публічне акціонерне товариство «Галенергобудпром» є одним з основних конкурентів ТзОВ «ВП Будпромвиріб». Завод будівельних матеріалів обслуговує, здебільшого, енергетичну галузь промисловості. Підприємство займає провідне місце по виробництву центрифугованих опор ЛЕП (ліній електропередач) та металоконструкцій до них, а також підстанційного залізобетону та товарного бетону. ПРАТ «Галенергобудпром» займає провідне місце в будівельній індустрії енергетики, є монополістом по випуску стійок СЦ 20.2-1.0 довжиною 20 м., діаметром 800 мм для будівництва ліній електропередач напругою 330, 550, 750 кВ, а також по випуску турнікетних пристроїв для транспортування залізницею стійок ЛЕП довжиною 20, 22 і 26 метрів від 9 до 18 штук на спарених платформах. Окрім енергетичного будівництва підприємство спеціалізується на випуску залізобетонної продукції для будівництва та металоконструкцій для потреб інших галузей економіки [38].

Працюючи на ринку залізобетонних конструкцій для будівництва в енергетиці, промисловому та цивільному будівництві з 1963 р., підприємство здобуло репутацію надійного партнера, продукція якого, завдяки високій якості та надійності, користується попитом у споживачів України та країн СНД.

Свою продукцію ПРАТ «Галенергобудпром» збуває: енергетичним компаніям, промисловим підприємствам, будівельним компаніям, що обслуговують енергосистему України, посередницьким організаціям.

Таблиця 3.2

Ціна на продукцію ПРАТ «Галенергобудпром»

| | Продукція | Ціна з ПДВ ,грн | Організації-замовники |
|----|---------------------------------------|-----------------|---|
| 1. | Блок фундаментний споруди(ФБС 24/4/6) | 890 | ТОВ «Закарпатенергокомплект» ДП «Інтеграл-Буд» |
| 2. | Плита дорожня(1П 30/15/10) | 7154 | ТОВ «Житлобуд» |
| 3. | Перемички (2ПБ/19/2П) | 225 | ТзОВ «Західбуд» |
| 4. | Бетон товарний(Б-н М250) | 1965 | ВАТ ЕК «Трансенерго» |
| 5. | Кільце каналізаційне(Кц 10/9 | 1056 | ЗАТ «А.Е.С.Київобленерго» |

Джерело: сформовано автором на основі [38]

Підприємство має досвід роботи на зовнішньому ринку. Імпортерами продукції ПРАТ «Галенергобудпром» є Молдова, Росія та країни Прибалтики. Процес виготовлення центрифугованих опор є складним і багатоетапним. Дане виробництво вимагає високоякісної бетонної суміші. Тому підприємство, використовує тільки високоякісні матеріали від найкращих постачальників. Для виходу на нові ринки збуту і зміцнення своїх позицій на ринку збуту ПРАТ «Галенергобудпром» проводить політику диверсифікації, відновлюючи виробництво підстанційного та лінійного залізобетону, що було майже повністю втрачене у період економічної кризи. Загальна номенклатура товарного випуску ПРАТ «Галенергобудпром» на даний час становить близько 200 видів продукції.

Кожна відпущена продукція даного переліку має сертифікат якості, копія якого надається клієнту. Підприємство зберігає оригінали всіх сертифікатів, що були надані йому після проведення випробовувань на підтвердження відповідності. Періодично ПРАТ «Галенергобудпром» дає запит у ТзОВ «Агробуд-Є» м. Тернопіль для проведення випробовувань на стендах підприємства з метою підтвердження якості продукції згідно маркування.

Гарантійний термін експлуатації опор виробництва ПРАТ «Галенергобудпром» 50 років з моменту їх встановлення, а залізобетонних будматеріалів – 30 років [38].

Працюючи на ринку залізобетонних конструкцій для будівництва в енергетиці, промисловому та цивільному будівництві з 1963 р., підприємство здобуло репутацію надійного партнера, продукція якого, завдяки високій якості та надійності, користується попитом у споживачів України та країн СНД.

Транспортування продукції здійснюється, вагонами, піввагонами, платформами та турнікетними пристроями на платформах для перевезення залізобетонних виробів та опор залізницею. Перевезення залізницею є найоптимальнішим для транспортування великих партій центрифугованих опор чи іншої продукції і використовується найчастіше. Цей вид транспортування є найдешевшим при перевезенні гуртових партій на великі відстані. За надання послуг вантажоперевезення підприємство сплачує Укрзалізниці провізну плату, визначену у загальних залізничних тарифах.

Підприємство має власну залізничну вітку довжиною 2500 м. За рахунок реконструкції підприємства проектна потужність заводу по випуску збірного залізобетону зросла до 60000 м³ залізобетону та 8000 тон металоконструкцій [38].

Публічне акціонерне товариство «Львівський завод з/б виробів» також є конкурентом для досліджуваного підприємства. Його виробництво в основному зосереджене на виробництві різних залізобетонних виробів високої якості. Підприємство виготовляє товарні бетони всіх марок, будівельні розчини, залізобетонні конструкції серійні та унікальні, вібропресованну тротуарну плитку, вироби з арматурної сталі, багато інших різних виробів з бетону та залізобетону, а також вироби з дерева. Всього 30 видів продукції 250 найменувань. Вся продукція заводу сертифікована. Виробництво контролюється системою менеджменту якості згідно міжнародного стандарту ISO 9001:2000. Сертифікати видані ОС УкрСЕПРО і TUV NORD Cert.

Велику увагу приділяють партнерам і замовникам незалежно від того, велика це будівельна компанія, приватна фірма або ж людина що вирішила

викласти тротуарною плиткою доріжки на присадибній ділянці. Це дозволяє підприємству підпримувати міцні відносини на будівельному ринку.

Таблиця 3.3

Ціна на продукцію ПАТ «Львівський завод з/б виробів»

| | Продукція | Ціна з ПДВ ,грн | Організації-замовники |
|----|---------------------------------------|-----------------|--|
| 1. | Блок фундаментний споруди(ФБС 24/4/6) | 1125 | ООО «Джанекс» ДП «Граніт Україна» ДП «Граніт-АГМ Мукачево» |
| 2. | Плита дорожня(1П 30/15/10) | 6200 | |
| 3. | Перемички (2ПБ/19/2П) | 222 | |
| 4. | Бетон товарний(Б-н М250) | 2105 | |
| 5. | Кільце каналізаційне(Кц 10/9) | 1240 | |

Джерело: сформовано на основі Додатку Ш

Головна мета діяльності заводу – це повне задоволення споживчого попиту на будівельну продукцію при постійній підтримці її якості, оптимальної ціни і конкурентоздатності на українському ринку. Для досягнення цієї мети завод виготовляє усю продукцію за кращими світовими технологіями, чим забезпечує її надійність та довговічність. За висновками спеціалістів технічного нагляду ЕБРР - Європейського Банку Реконструкції і Розвитку якість виробів одна з найкращих серед підприємств будівельної галузі України. І як наслідок контракти на співпрацю з такими європейськими будівельними фірмами як ООО «Джанекс», болгарською фірмою ДП «Граніт Україна», македонською фірмою ДП «Граніт-АГМ Мукачево».

Для ТзОВ «ВП Будпромвиріб» основною перевагою перед конкурентами є те, що вона є постачальником будівельних матеріалів для таких будівельних компаній як ТзОВ «Галицька Основа», ТзОВ «Салон «АБД», ТзОВ «Стрийбудмонтаж». Перші дві з перелічених компаній є основними будівельними підприємствами не тільки на території Львівської області, а й всієї України. Така співпраця є вигідною для ТзОВ «ВП Будпромвиріб» тому, що це дасть йому змогу укріпити свої позиції на локальному ринку і вийти на загальноукраїнський ринок, де є можливість знайти нових споживачів.

У порівнянні з іншими підприємствами на ТзОВ «ВП Будпромвиріб» розроблена система індивідуального виробництва замовлення. Це означає, що на самому підприємстві розробляються креслення орієнтуючись на потреби клієнта тим самим роблячи замовлення ідеальним в експлуатації. Також на підприємствах-конкурентах продукція виготовляється стандартних розмірів та в невеликому асортименті, що не досить добре впливає на попит та прибутковість фірми.

Таблиця 3.4.

Ціна на продукцію ТзОВ « ВП Будпромвиріб»

| | Продукція | Ціна з ПДВ ,грн | Організації-замовники |
|----|---------------------------------------|-----------------|--|
| 1. | Блок фундаментний споруди(ФБС 24/4/6) | 795 | ПП Дмитрах О.Л. ТзОВ « Стрийбудмонтаж» ТзОВ « Стрийінвест» КП « Стрийводоканал» ДП «Юліус Кох Україна» німецької компанії «Юліус Кох ГМБХ» |
| 2. | Плита дорожня(1П 30/15/10) | 6504 | |
| 3. | Перемички (2ПБ/19/2П) | 192 | |
| 4. | Бетон товарний(Б-н М250) | 1785 | |
| 5. | Кільце каналізаційне(Кц 10/9 | 960 | |

Джерело: сформовано автором на основі [Додаток Л, М, Н, П, Р]

Аналіз цих підприємств є важливим оскільки вони є провідними в Львівській області. З цього опису можна зробити висновок, що підприємства є активними і розвиваються на високому рівні, мають високий рівень конкурентоспроможності та розвинені відносини з споживачами та постачальниками. Рівень активності будівельних робіт не є дуже високим у даному регіоні, але він є достатнім для нормального функціонування підприємств.

До того як почати детальний аналіз зовнішнього ринку, підприємству слід встановити свої міжнародні цілі. Підприємство має визначити бажану долю експорту по відношенню до всього об'єму продаж та підприємство повинно вирішити, чи буде це вихід на кілька іноземних ринків або на глобальний світовий ринок. Зазвичай спочатку потрібно концентрувати свої зусилля на просування товарів на декількох зовнішніх ринках. Далі підприємство має вирішити, які саме іноземні ринки обирати [15].

Зовнішні ринки можна проаналізувати за такими параметрами: привабливість ринка, конкурентна перевага і ризику. Привабливість визначається на підставі таких факторів, як мова, закони, географічне положення, стабільність, схожість культурних традицій. Конкурентна перевага характеризується ринковою стратегією підприємства, наявністю конкурентів, етапом життєвого циклу товару.

При виході підприємства на зовнішній ринок потрібно обрати той ринок, який найбільше буде підходити підприємству. Для цього потрібно враховувати різні фактори впливу та конкуренцію. Зовнішня економіка є нестабільною та має великий вплив на підприємство через відмінності в мові, географічному положенні, економічному спаді в країні та звичайно конкурентам які активно функціонують на даному ринку.

Найбільшим торговим партнером України за останні два роки виступає Євросоюз. Приблизно 45% товарів та послуг Україна експортує в країни Європи. Підприємство ТзОВ «ВП Будпромвиріб» знаходиться в Львівській області, що дає йому можливість виходу до країн сусідів не витрачаючи великі сили на перевезення. Основними країнами, які можна розглядати як потенційними для виходу підприємства на їхній ринок виступають Польща, Молдова, Білорусь.

На даному етапі розвитку будівельного ринку виходити на ринок такої країни, як Білорусь є досить не раціональним. В Україні більшість будівельних заводів та підприємств відображають у своїй звітності збиток не зважаючи на це активно функціонуючи. Білорусь тим часом активно постачає свою продукцію за низькими цінами на український ринок. Негативною стороною виступає те, що собівартість виробництва продукції на старих виробничих лініях є досить високою.

При виході на закордонні ринки потрібно зберігати тенденцію низьких цін що дозволить обійти більшу кількість конкурентів, тому білоруські підприємства закупають сировину в Україні, виготовляють з неї продукцію і по низьких цінах збувають її на нашому ринку. Наприклад, на український ринок 1 тонна білоруського цементу заходить по 40-42 долари – фактично за собівартістю

(звичайно, з урахуванням ПДВ з 0% для експортерів). Аналогічний товар в Росію продається за ціною – 52 долари за тонну, в Польщі – 50, Латвії – 55, Литві – 53.

Ситуація складається таким чином, що український ринок не може виготовляти продукцію за такими низькими цінами, тому повинен залишатися на задньому плані. Звичайно можна ввести певні заходи, щоб підняти вартість білоруських товарів, зокрема, зробити імпорт товарів дорожчим завдяки адміністративним заходам, але на даному етапі це не можливо, оскільки, відкриття українських ринків для білоруських товарів це більш політичний хід на передодні виборів 2019 року.

Молдова є країною в якій активно розвивається промисловість і сільськогосподарська діяльність. Основою економіки даної країни являється експорт товарів сільського виробництва (вино, насіння соняшника, пшениця), а також такі товари, як провода, медикаменти та автомобілі. Україна має спільний кордон з Молдовою, а отже має всі сприятливі умови для того, щоб здійснювати зовнішню діяльність. Основними містами які здійснюють діяльність у сфері виробництва будівельних матеріалів і конструкцій є Кишинів, Тирасполь, Рибниця та Бендери. Перевагою також є невелика кількість сильних конкурентів та дорога собівартість продукції на внутрішньому ринку [6].

Також згідно міждержавної угоди, яка була прийнята 18.10.2011 р. між Україною та Молдовою укладений договір про зону вільної торгівлі. Основним конкурентом на даному ринку є фірма FEC S.A. - Fabrica elemente de construcții S.A. str. Uzinelor 96, MD - 2023, mun. Chișinău, Republica Moldova. Ця фірма є провідною на ринку. Основою її діяльності є виробництво бетонних та залізобетонних виробів. Компанія веде свою роботу, як з підприємствами так і з фізичними особами. На підприємстві є власний транспорт для перевезення готової продукції. Всі вироби виготовленні згідно стандартів якості та мають сертифікати. До основної продукції, яка виробляється на підприємстві відносять: товарний бетон, кільця, плити, бардюри, днища, лотки, кришки та інше [60].

Польща це країна-сусід яка знаходиться найближче до державного кордону з Львівською областю. Через високу купівельну спроможність громадян Польщі,

її ринок є надзвичайно цікавим, і тому багато провідних компаній прагнуть захопити свою частку на цьому ринку. Конкуренція на даному ринку є дуже високою, а якість продукції відповідає вимогам та стандартам [43]. Так, за даними Міністерства економіки Республіки Польщі всього експортовано товарів та послуг вартістю 194,7 млн. дол. США, з яких 2,3 млн. дол. припадає на будівельні товари [37].

Основним конкурентом на польському ринку є компанія «PREDOM». Wytwórnia Betony Prefabrykowanych «PREDOM» S.A. існує з 1995 року. Компанія була створена на базі Департаменту збірних споруд збанкрутілих фабрик у Любіні. Це акціонерне підприємство функціонування якого здійснюється на основі власних активів. Компанія веде оперативну діяльність у сфері виробництва та реалізації готових бетонних та залізобетонних виробів, а також торгівлі будівельними матеріалами. На підприємстві є власний транспортний засіб для перевезення бетону та будівельних матеріалів.

Частина виготовленого бетону призначена для виробництва бетонних виробів, решта частина продається зовнішнім споживачам. Виробництво збірних бетонних та залізобетонних виробів здійснюється з використанням традиційного монолітного бетону, залитого в форми і вібрувала бетон за допомогою пристрою під назвою: рухомі бетонні блочні машини. Бетон та залізобетонні вироби, головним чином, використовуються в будівництві житла, промислового та дорожнього будівництва. Компанія також продає будівельні матеріали, починаючи від арматурної сталі, стінних матеріалів, ізоляції, до систем даху. Пропозиція щодо продажу будівельних матеріалів в основному адресована індивідуальним клієнтам малих та середніх підприємств, які здійснюють житлове будівництво. До основних виробів відносять: товарний бетон різних марок, бардюри різних розмірів, кільця, кришки, дорожні плити та інші [70].

3.2. Ризики підприємства при виході на зовнішній ринок

Ризик можна розділити на основні види. Ризик інвестицій пов'язаний з можливістю націоналізації власності підприємства іноземним урядом або з обмеженнями переведення інвестиційних ресурсів за кордон. Операційний ризик пов'язаний з економічним спадом в країні, девальвацією валют та іншими факторами. Після визначення цілей в підприємстві необхідно здійснити свій вибір зовнішніх ринків, враховуючи потенціал ринку, можливий ризик, прогнозований обсяг продажів, передбачувані витрати та прибуток [69].

Зовнішні ризики виникають через економічні події, які відбуваються поза межами корпоративної структури. Зовнішні події, що ведуть до зовнішнього ризику не можуть контролюватися жодною компанією або не можуть бути прогнозовані з високим рівнем надійності, тому важко зменшити пов'язані з цим ризики. При виході ТзОВ «ВП Будпромвиріб» на зовнішній ринок компанії необхідно враховувати фактори зарубіжного навколишнього середовища до яких відносяться:

1. Економічний ризик, який включає зміни у ринкових умовах.

Як приклад, загальний економічний спад може призвести до раптової, несподіваної втрати доходу. Такий спад може бути зумовлений економічною нестабільністю країни. В країнах сусідах як і в усьому світі виявляються наслідки кризи тому стан економіки може коливатися від чого буде страждати дохід підприємства.

2. Фактори природного ризику включають стихійні лиха, які впливають на звичайні господарські операції.

Наприклад, землетрус може вплинути на здатність роздрібного бізнесу залишатися відкритими протягом ряду днів чи тижнів, що призведе до різкого зниження загального обсягу продажів за місяць. Це може також завдати шкоди будівлі та продаваним товарам. Також це негативно вплине на імідж компанії та можливі затримки в доставці товару та якісному сервісі з боку підприємства.

3. Політичний ризик складається з змін у політичному середовищі або урядовій політиці, що стосуються фінансових справ.

Збільшення процентних ставок, зміни законів імпорту та експорту, тарифи, податки та інші правила можуть негативно вплинути на бізнес. Також зміна діючої влади чи політичного становища в країні. Цей поділ є досить умовним оскільки в реальному житті ці фактори можуть мати різні підвиди а також діяти в сукупності, так як фактори взаємопов'язані, взаємообумовлені і часто діють одночасно [63].

На зарубіжних ринках підприємство стикається з великою кількістю проблем з якими б вона ніколи не зіткнулася на внутрішньому домашньому ринку:

- проблеми з конвертацією валюти. Виходячи на зовнішні ринки потрібно бути готовим до нестабільного курсу валют, який може впливати на прибутки підприємства. Оскільки закордонні валюти різняться між собою доцільно буде вибрати одну валюту, яка буде пов'язувати всі ринки. Всі фінансові операції згідно з законодавством України на самій території країни здійснюються виключно в українській валюті – гривнях. Всі інші операції пов'язані з іноземними партнерами можуть здійснюватися в міжнародній валюті.

Нестабільний рівень курсу валют може призвести до зміни цін на сировину яка виробляється, і тим самим збільшивши собівартість продукції. Наприклад, ринками збуту для аналізованої компанії будуть виступати Польща та Молдова. У цих країн різний курс валют по відношенню до долара США, тому потрібно враховувати ці зміни та безсумнівно слідкувати за курсом у нашій країні, який є нестабільним через низку політичних та економічних факторів.

Таблиця 3.5.

Курс валют на ринку Польщі стном на 20 серпня 2018 року

| Валюта | Курс, PLN |
|--------|-----------|
| 1EUR | 4,26 |
| 1UAH | 0,137 |
| 1USD | 3,648 |

Джерело: сформовано автором

Таблиця 3.6

Курс валют на ринку Молдови станом на 20 серпня 2018 року

| Валюта | Курс, MDL |
|--------|-----------|
| 1EUR | 19,32 |
| 1UAH | 0,61 |
| 1USD | 17,07 |

Джерело: сформовано автором

- нестабільність урядів. Нестабільні відносини Польщі з країнами ЄС тривають ще з 2016 року. В основному це стосувалося реформи Конституційної суду. Минулого року уряд Польщі також виступив проти переобрання Д. Туска Президентом Європейської ради. Черговий виток загострення відбувся наприкінці 2017 р., коли Європейська комісія розпочала процедуру впровадження санкцій щодо Польщі через судову реформу. Однак польський уряд аргументував, це намаганням зламати структуру влади, яка лишилася ще з комуністичних часів. Співпраця Польщі та України й далі заважатиме те, що окремі політики в обох країнах намагаються загравати з крайнім правим електоратом. Зміна міністра закордонних справ також є важливим етапом в політиці країни, оскільки попередник надзвичайно сильно критикував Україну аргументуючи це тим, що наша країна зловживає хорошим ставленням Польщі [43].

Щодо уряду Молдови то ситуація більш стабільна та позитивна щодо співпраці із Україною. Криза, яку країна пережили в 2015 році відступає і вже в 2016 році економіка Молдови зросла на 4%, а в 2017 році на 4.5%. Економічна та політична ситуація в Молдові знаходиться в схожому стані з вітчизняною, прагнення входу в ЄС спонукає країну проводити реформи, які збільшують економічні показники та зменшують нестабільність та корупцію в країні [6].

- технологічне піратство. На ринку конкурентів дуже легко втратити свої позиції насамперед через дешеві піратські копії, які на даному етапі технологічного прогресу не мають великої різниці з оригіналом. Незахищена

інформаційна база підприємства спонукає компанії-пірати до захоплення важливою інформацією з виробництва чи постачання продукції. Можуть бути викрадені унікальні технології за яким підприємство виробляє той чи інший продукт, а також унікальні схеми розробки виробів для споживачів. В сучасному світі викрадення інформації стало дуже дешевою та швидкою справою. При наявності кваліфікованих кадрів підприємство може створити систему захисту інформації але навіть це не дає 100% гарантії збереження конфіденційної інформації.

- заходи тарифного та нетарифного регулювання. Республіка Польща – найбільший торговельний партнер України серед країн Центральної та Східної Європи. Польща займає четверте місце серед країн – партнерів України за обсягами експорту українських товарів до неї (3,5% загального експорту України) і п'яте місце за обсягами імпорту польської продукції до України (5,0%). Вступ Польщі до ЄС був і залишається великим викликом для всієї публічної влади, включаючи митну службу Польщі. Усунення митних кордонів між Польщею та іншими державами ЄС стало причиною зменшення надходжень митних платежів, але інтеграція до Співтовариства призвела до спрощення і збільшення товарообігу. Основними тенденціями реформування митної системи можна назвати спрощення організаційної структури та зменшення кількості структурних підрозділів при одночасному розширенні функцій і завдань, чіткий розподіл повноважень і відповідальності між управлінськими рівнями, значне скорочення кількості митників. Використання позитивного досвіду реформування митної сфери Польщі дасть можливість Україні більш швидко, якісно та ефективно здійснити євроінтеграційний процес [37].

Через митний кордон Республіки Молдова може переміщуватися будь-який товар, ввіз якого на митну територію і вивіз за її межі не заборонений і не обмежений, а також транзит якого через цю територію не заборонений. Товари, що переміщуються через митну територію підлягають митному контролю. Товари, валюта, цінності та предмети можуть ввозитися на митну територію і вивозитися за її межі в порядку встановленому у відповідності з діючим

законодавством. Слід відмітити, що між Урядом України та Урядом Республіки Молдова у 29.08.1995 р. підписано Угоду про вільну торгівлю, яку ратифіковано 23.04.1996 р. Верховною Радою України, згідно якої товари, які ввозяться на Митну територію України з Республіки Молдова звільняються від обкладення ввізним митом при наявності сертифікату про походження товару [6].

- перевезення та монтування. Ми пропонуємо ТОВ «ВП Будпромвиріб» використовувати перевезення товару залізничними шляхами, оскільки у компанії є своя залізнична вітка. Оплата за такий проїзд здійснюється згідно тарифам залізниці, які вона висуває підприємству укладаючи договір про перевезення вантажу. Основними ризиками при такому перевезенні виступають ті, які пов'язані з природними умовами та які впливають на рух залізниці. Також важливим є якість залізничних шляхів за кордоном, їхня завантаженість та швидкість переходу кордонів між державами. Основним ризиком виступає те, чи за період доставки товар не постраждає через пошкодження вагонів, кріплень чи в зв'язку з погодними умовами. Щоб мінімізувати втрати компанії від таких ризиків, потрібно укласти угоду страхування, яка дозволить у випадку настання непередбачуваного випадку отримати певний відсоток відшкодувань.

Для організації власного виробництва за кордоном потрібні значні фінансові ресурси, необхідний перегляд місії та стратегії розвитку, серйозні зміни в організаційній структурі підприємства, до того ж необхідний досвід ведення бізнесу в іншій країні та здатність працювати з іноземними партнерами. Серйозною проблемою також є не здатність відділів маркетингу багатьох підприємств вести ефективну діяльність за кордоном, що обумовлено недоліком відповідних кваліфікованих кадрів.

3.3. Формування основної стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок

Щоб правильно вибрати стратегію, яка стане кращою для підприємства і дозволить йому успішно зарекомендувати себе на новому ринку необхідно в повній мірі оцінити всі фактори впливу, а саме економічне середовище,

демографічну ситуацію, соціально-культурне середовище, політичну і політико-правову ситуацію в країні перебування ринку, на якому підприємство збирається здійснювати свою діяльність. В економічному середовищі відносяться фактори впливу на купівельну спроможність, рівень доходів і витрат населення. Для ТзОВ «ВП Бупромвиріб» нами було обрано дві основні стратегії, які згідно проведеного аналізу в другому та третьому розділах є найбільш сприятливими.

Найбезпечнішим та найпростішим виходом підприємства на зовнішній ринок є експорт товарів. Багато підприємств, які тільки розпочинають свою міжнародну діяльність використовують саме його, аналогічно до більш більш досвідчених компанії з налагодженими зв'язками. За інтенсивністю проведення експорту розрізняють нерегулярний і регулярний.

Нерегулярний експорт – це певні зовнішньоекономічні відносини, коли підприємство здійснює експортну діяльність лише по бажанню та по потребі. Тобто коли на підприємстві існує надлишок готової продукції або сировини підприємство приймає рішення продати цю продукцію зарубіжним покупцям. Регулярний експорт – це безперервні зовнішньоекономічні відносини на конкретному ринку, які підприємство здійснює для розширення своєї зовнішньоекономічної діяльності.

Ця стратегія передбачає виробництво продукції на території своєї країни та пропонує її на експорт закордонним покупцям. Існує прямий та непрямий експорт. Різниця між ними полягає в тому, що при непрямому експорті підприємство здійснює свою діяльність за допомогою посередників та агентів, які, зазвичай, займаються одразу декількома видами діяльності, а при прямому рух товару від виробника до споживача йде напряму. За такою схемою рух товарів і коштів через посередника не дає можливості підприємству прямо впливати на рівень ціни, за якою товар буде продаватися на зовнішніх ринках. Непрямий експорт підприємства обирають тоді, коли не досить добре знайомі з ринком збуту та достатньо обмежені у здійсненні експортної діяльності. Перевагою даного методу є те, що виробник позбавляється ризиків, які пов'язані з реалізацією продукції за кордоном. При цьому реалізація товарів через

посередника дозволяє зробити менше помилок, оскільки, при цьому все пройде на професійному, досвідченому рівні.

До основних недолів належить:

- залежність від посередника;
- відсутність контролю за роботою з товаром;
- відстороненість від ринків збуту;
- відсутність інформації про реакцію споживача на товар
- не гарантованість зацікавленості посередника в просуванні товару на

всі доступні сегменти ринку.

Одною з популярних видів зовнішньої діяльності є спільна підприємницька діяльність, що передбачає об'єднання двох і більше підприємств з метою здійснення спільної підприємницької діяльності. Ця діяльність може створюватись як між вітчизняними підприємствами так і з партнерами з інших країн для посилення своєї міжнародної діяльності. Ця діяльність відрізняється від експорту тим, що для того щоб діяльність була більш ефективною створюється спільна виробнича потужність

Спільна підприємницька діяльність поділяється на:

- Ліцензування. Ліцензування інтелектуальної власності іноземній компанії. У цій домовленості іноземна компанія використовує ваш бренд або дизайн для виробництва та розповсюдження власної продукції, сплачуючи відсоток за використання дизайну. Це привабливий варіант, якщо бізнес не зацікавлений у створенні продуктів для глобальних ринки або управління каналами розповсюдження.

- Підрядне виробництво. Це певне юридичне оформлення відносин між двома компаніями за яким одна з них погоджується здійснювати виробництво продукції за вказівками іншої. Таке виробництво передбачає укладення контракту за яким фірма виробник повинна виробити продукцію в конкретні строки та необхідної якості.

- Партнерство. У партнерстві дві компанії погоджуються працювати разом, укладаючи угоду. Кожне партнерство залежить від продуктів та потреб

підприємств. У цьому партнерстві кожна компанія отримує вигоду, оскільки продукт не може бути проданий без сервісу (і навпаки). При виході на зовнішній ринок підприємство не завжди має достатньо фінансових та технологічних ресурсів тому створення такого підприємства є хорошим рішенням в такій ситуації. Такі відносини мають свої мінуси через виникнення конфліктів між партнерами щодо маркетингової політики чи процесом капіталовкладень та розподілом ресурсів підприємства.

Отже, за основу, ми пропонуємо обрати стратегію, яка є найбільш безпечною та потребує відносно незначну кількість затрат, а саме створення спільного підприємства на засадах партнерства. Створення спільного підприємства на території Львівської області, яке буде спеціалізуватися на виробництві майже усіх відомих будівельних виробів (виробів з бетону, залізобетонних конструкцій та ін.) стане ефективним початком для виходу на міжнародні ринки. Об'єднання ТзОВ «ВП Будпромвиріб» та ПРАТ «Галенергобудпром» це найкращий варіант стратегії по підвищенню рівня діяльності даного підприємства на ринку.

Підприємство з яким ми рекомендуємо ТзОВ «ВП Будпромвиріб» здійснити об'єднання спеціалізується на будівельній індустрії в галузі енергетики, а саме виробництві та встановленні стійок та іншої продукції необхідної для будівництва ліній електропередач напругою 330, 550, 750 кВт. Звісно, окрім цього, на підприємстві здійснюється виробництво залізобетонної продукції, але у меншому обсязі та по стандартизованому асортименті. Основною перевагою цього підприємства є те, що транспортування продукції здійснюється своїми залізничними шляхами. Що є більш вигідним та зручним. Фірма має свою власну залізничну вітку довжиною 2500 м., що дозволяє йому ефективніше та якісніше перевозити продукцію великими партіями без затримок та затрачаючи не великі кошти.

Що стосується ТзОВ «ВП Будпромвиріб», то об'єднавшись компанія зможе надати більший асортимент продукції для виробництва тим самим збільшивши клієнтську базу. Також унікальний підхід ТзОВ «ВП Будпромвиріб» до потреб

кожного клієнта є більш вигідніший та персоналізованіший, аніж на підприємстві з яким ми пропонуємо об'єднання. Продукція буде випускатися на основі спеціально розроблених кресленнях та індивідуальним потребам споживача.

Враховуючи те, що підприємство ПРАТ «Галенергобудпром» має в минулому досвід праці на зовнішніх ринках, спільному підприємству буде простіше налагодити зв'язки та знайти і залучити нових клієнтів. На обох підприємствах продукція виробляється згідно усіх вимог ДСТУ. Внутрішній контроль якості буде здійснювати відділ технічного контролю. Основними його завданнями є: попередження випуску (доставки) підприємством продукції, що не відповідає вимогам стандартів і технічних умов, затвердженим зразкам (еталонам), проектно-конструкторській і технологічній документації, а також покращення виробничої дисципліни та підвищення відповідальності всіх ланок виробництва за якість виготовленої продукції. Заводська лабораторія проводитиме поточні і позапланові перевірки готових виробів та поопераційний контроль якості.

При імпорті товарів на іноземні ринки проводиться ряд заходів щодо маркування та сертифікації товару. Такий виріб, який розміщений на ринку Європейського Союзу, позначений знаком СЕ та має Декларацію про виконання (DoP).

Знак СЕ, розміщений на матеріалі виробника, повідомляє, що продукт, розміщений на ринку Європейського Союзу, відповідає вимогам законодавства ЄС, включаючи Європейський парламент і Рада (ЄС) № 305/2011 від 9 березня 2011 року не встановлює умов для збуту будівельної продукції та скасування Директиви Ради 89/106 / ЕЕСА. Це означає, що цей виріб відповідає всім стандартам безпеки використання та охорони навколишнього середовища, тому продукт з маркуванням СЕ не становить загрози для здоров'я та не шкодить навколишньому середовищу.

Декларація про продуктивність (DOP) являє собою документ, виданий виробником будівельного продукту або його уповноважений представник на ринку ЄС, в якому йдеться відповідність продукту, з вимогами нормативних

актів, що діють в Європейському Союзі. Декларація надається клієнту разом із комерційною документацією або додається до продукту, щоб повідомити про відповідність якості та юридичних вимог до продукту. Як маркування CE, так і декларація про експлуатацію підлягають оцінці інспекторами будівельного нагляду. Виробник будівельної продукції зобов'язаний запровадити Заводський контроль виробництва (ЗКП), що означає документований постійний та внутрішній контроль виробництва на виробничому заводі відповідно до застосовуваних гармонізованих технічних умов. Окремі групи будівельних виробів були охоплені так званою системою оцінки та перевірки сталого виконання (AVoCP), яка була створена Європейською Комісією. Приналежність певного продукту до даної системи оцінки оцінюється у змісті узгодженої технічної специфікації.

Сертифікація в системі оцінки та перевірки стабільності 2+ вимагає участі нотифікованого органу для підтвердження контролю за виробничим виробництвом, тоді як виробник продукту зобов'язаний:

- визначення типу продукту на основі тестів типу;
- проведення фабричного контролю виробництва (ЗКП);
- проведення випробувань зразків відповідно до встановленого плану випробувань.

Сертифікат відповідності заводського виробничого контролю видається на невизначений термін і залишається в силі до тих пір, узгодженої технічної специфікації, умови виробництва або система управління виробництва не буде істотних змін. Нагляд за виданим сертифікатом FPC проводиться один раз на рік.

Асортимент товарів які випускаються на фірмах сягатиме 400 видів різної складності та буде орієнтуватися на всі галузі, як житлового, помислового так і енергетичного сегменту.

Основними продуктами виробництва будуть виступати не стандартизовані вироби, а саме:

- Колони
- Прогони

- Колодязь
- Балконні плити
- Балки
- Фундаментні світильники
- Металеві опори для ліній електропередач
- Віброопори (стійки залізобетонні)
- Центрифуговані стійки

Щоб організувати таке виробництво, а саме зовнішньоекономічну діяльність на підприємствах потрібно створити спеціалізований відділ, який буде відповідати за роботу на зовнішньому ринку, зокрема, ефективну експортну діяльність. Для початку потрібно не більше 3 найманих працівників, а саме логіст, менеджер із зовнішньоекономічної діяльності та маркетолог. Логістична система на підприємстві буде здійснюватися в основному залізничними шляхами, оскільки для ТзОВ «ВП Будпромвиріб» це більш вигідно. Звичайно, що для транспортування на невеликі відстані можна скористатися послугами приватних перевізників, які співпрацюють з компанією «Будпромвиріб». Логіст повинен контролювати всі процеси пов'язані з перевезенням товару, монтажем, доставкою та переходом міжнародних залізничних кордонів. Також важливим етапом є контроль за якісною доставкою продукції без ушкоджень та затримок.

Менеджер ЗЕД повинен вести всю документацію, що пов'язана із зовнішньоекономічною діяльністю та міжнародними замовленнями. Потрібно контролювати процеси оплати за товар та логістику. Також розраховувати собівартість продукції, яка буде вироблятися індивідуально. Оформляти відповідну документацію та слідкувати за ринком валют та укладати угоди між компаніями. Економічна складова даного відділу є надзвичайно важливою оскільки компанія повинна вести контроль за тим чи ефективно працює пропонування нами стратегія.

І не менш важлива посада маркетолога являє собі великий перелік обов'язків, а саме: залучення нових клієнтів, розробка сайту підприємства на

міжнародному рівні, аналіз ринків збуту продукції, контроль зміни ціни в країнах експортерів та розвиток власного іміджу компанії. Для виходу об'єднаної компанії потрібно створити нову назву та логотип, що є не менш важливим для впізнаваності та статусу компанії. Одним з варіантів назви майбутньої компанії може бути UBP (Ukrainian Building Products).

Організація такої роботи на підприємстві є досить затратним процесом на який наше підприємство в повному обсязі не має фінансування. Для того щоб вирішити цю проблему на початковому етапі ми пропонуємо взяти кредит в вітчизняному банку під заставу або під невеликі відсотки. Проте, курс валют не стабільний та економіка підтримується на сумнівному рівні через політичні негаразди, і необхідно розрахувати в якій валюті краще брати кредит. За нестабільної ситуації в Україні цінова політика підприємства буде здійснюватися у міжнародній валюті, а саме доларах США. На даному етапі розвитку економіки країни та нестабільному політичному становищі – це найкращий варіант збереження власних коштів в умовах сильної інфляція та штучного утримання курсу валют.

Висновки до розділу 3

У розділі було проведено детальний аналіз конкурентів, які оточують підприємство на внутрішньому ринку. Основною метою проведеного аналізу було вивчення ситуації на ринку будівельних виробів, потенційних партнерів та наявних конкурентів для запобігання ризику втрати частки ринку. Оцінка конкурентів та майбутніх партнерів буде корисною при виході підприємства на зовнішні ринки опираючись на партнерство з підприємствами в одній галузі. Беручи до уваги стан ринку та конкуренцію будівельних підприємств в Львівській області можна дійти до висновку, що всі компанії працюють активно на майже однакових умовах з перевіреними постачальниками та споживачами. Характер конкуренції на будівельному ринку є помірним. Основними конкурентами ТзОВ «ВП Будпромвиріб» є публічне акціонерне товариство «Галенергобудпром» та публічне акціонерне товариство «Львівський завод з/б виробів».

Публічне акціонерне товариство «Галенергобудпром» є одним з основних конкурентів ТзОВ «ВП Будпромвиріб». Завод будівельних матеріалів обслуговує, здебільшого, енергетичну галузь промисловості. Підприємство займає провідне місце по виробництву центрифугованих опор ЛЕП (ліній електропередач) та металоконструкцій до них, а також підстанційного залізобетону та товарного бетону. Свою продукцію ПРАТ «Галенергобудпром» збуває енергетичним компаніям, промисловим підприємствам, будівельним компаніям, що обслуговують енергосистему України та посередницьким організаціям.

Підприємство має досвід роботи на зовнішньому ринку. Імпортерами продукції ПРАТ «Галенергобудпром» є Молдова, країни СНД та країни Прибалтики.

Публічне акціонерне товариство «Львівський завод з/б виробів» також є конкурентом для досліджуваного підприємства. Його виробництво в основному зосереджене на виробництві різних залізобетонних виробів високої якості. Підприємство виготовляє товарні бетони всіх марок, будівельні розчини, залізобетонні конструкції серійні та унікальні, вібропресованну тротуарну плитку,

вироби з арматурної сталі, багато інших різних виробів з бетону та залізобетону, а також вироби з дерева. Всього 30 видів продукції 250 найменувань. Виробництво контролюється системою менеджменту якості згідно міжнародного стандарту ISO 9001:2000. Сертифікати видані ОС УкрСЕПРО і TUV NORD Cert. Підписані контракти на співпрацю з такими європейськими будівельними фірмами як ООО «Джанекс», болгарською фірмою ДП «Граніт Україна», македонською фірмою ДП «Граніт-АГМ Мукачево».

Для ТзОВ «ВП Будпромвиріб» основною перевагою перед конкурентами є те, що вона є постачальником будівельних матеріалів для таких будівельних компаній як ТзОВ «Галицька Основа», ТзОВ «Салон «АБД», ТзОВ «Стрийбудмонтаж». Перші дві з перелічених компаній є основними будівельними підприємствами не тільки на території Львівської області, а й всієї України. Така співпраця є вигідною для ТзОВ «ВП Будпромвиріб» оскільки дасть йому змогу укріпити свої позиції на локальному ринку і вийти на загальноукраїнський ринок, де є можливість знайти нових споживачів. А також в порівнянні з іншими підприємствами на ТзОВ «ВП Будпромвиріб» розроблена система індивідуального виробництва замовлення. Це означає що на самому підприємстві розробляються креслення орієнтуючись на потреби клієнта тим самим роблячи замовлення ідеальним в експлуатації. Також на підприємствах-конкурентах продукція виготовляється стандартних розмірів та в невеликому асортименті, що не досить добре впливає на попит та прибутковість фірми.

Приблизно 45% товарів та послуг Україна експортує в країни Європи. Підприємство ТзОВ «ВП Будпромвиріб» знаходиться в Львівській області, що дає йому можливість виходу до країн сусідів не витрачаючи великі кошти на перевезення. Основними країнами, які можна розглядати потенційними для виходу підприємства на зовнішній ринок є Польща, Молдова, Білорусь.

Також був проведений аналіз основних ризиків, які можуть вплинути на ефективність діяльності підприємства. До основних можна віднести ризик інвестицій пов'язаний з можливістю націоналізації власності підприємства іноземним урядом або з обмеженнями переведення інвестиційних ресурсів за

кордон. Операційний ризик пов'язаний з економічним спадом в країні, девальвацією валют та іншими факторами. Також проблеми можуть виникнути з досвідом ведення бізнесу в іншій країні, здатністю працювати з іноземними партнерами і службовцями, не здатністю відділів маркетингу вести ефективну діяльність за кордоном, що обумовлено недоліком відповідних кваліфікованих кадрів.

Після проведеного аналізу було вирішено розробити стратегію виходу підприємства на зовнішній ринок в такому вигляді: за основу було обрано стратегію, що ґрунтується на експорті товарів за кордон через об'єднання підприємства з своїм конкурентом на внутрішньому ринку. Ця стратегія є найбільш безпечними та потребують невелику кількість затрат. Створення спільного підприємства на території Львівської області, яке буде спеціалізуватися на виробництві майже усіх відомих будівельних виробів стане ефективним початком для виходу на міжнародні ринки. Об'єднання ТзОВ «ВП Будпромвиріб» та ПРАТ «Галенергобудпром» це найкращий варіант стратегії по підвищенню рівня діяльності даного підприємства на ринку. Для виходу об'єднаної компанії потрібно створити нову назву та логотип що є не менш важливим для впізнаваності та статусу компанії. Одними з варіантів назви майбутньої компанії може бути UBP (Ukrainian Building Products).

ВИСНОВКИ

Будь-яка компанія прагне розвитку та збільшення своїх прибутків, а для цього їй не завжди вдається досягти поставлених цілей на національних ринках. Причиною цього може виступати, як високий рівень конкуренції так і малий попит на продукцію яку виготовляє підприємство. Також важливим фактором виступає економічна та політична ситуація в країні та нестабільність курсу валют. Для досягнення поставлених цілей підприємство шукає шляхи та методи за допомогою яких можна вийти на інші ринки, щоб збувати свою продукцію та отримувати від цього бажані прибутки.

При виборі стратегії виходу підприємства на міжнародні ринки основними показниками є мотиви підприємства. Ці мотиви можуть бути надзвичайно різноманітними, адже вони залежать від специфіки кожного підприємства та країни в якій воно розвивається. Перед тим, як обрати стратегію з якою підприємство вийде на міжнародний ринок потрібно пройти такі ключові етапи: визначення цілей і можливих завдань; аналіз міжнародного маркетингового середовища; аналіз ресурсної бази; рішення про доцільність виходу на зовнішній ринок; рішення про те на які ринки виходити; розробка ринкової стратегії; вибір типу ринкового позиціонування; розробка механізмів імплементації міжнародної маркетингової стратегії.

Способи виходу підприємства на зовнішній ринок: експорт товарів, експортна франшиза, спільна підприємницька діяльність, що передбачає об'єднання двох і більше підприємств з метою здійснення спільної підприємницької діяльності, пряме інвестування. Всі зазначені шляхи виходу підприємства мають свої переваги та недоліки. Коли компанія прагне визначити який з них найбільш їй підходить, вона здійснює аналіз можливостей та очікувань, а вже після робить висновок, який шлях для неї більш оптимальний. Виявивши потреби майбутніх клієнтів та особливостей ринку, можна розробити потрібну підприємству стратегію. Цей етап є останнім та найбільш важливим перед виходом на зовнішні ринки.

Готовність компанії до непередбачуваних ситуацій ґрунтується на глибокому аналізі ринку на який компанія прагне вийти та її майбутніх міжнародних конкурентів. Проте, спершу потрібно обрати стратегію з якою компанія вийде на зовнішній ринок. Оскільки, предметом дослідження є особливості вибору та впровадження стратегій виходу ТзОВ «ВП Будпромвиріб» на зовнішній ринок, нам було необхідно проаналізувати діяльність підприємства, а також визначити сильні та слабкі сторони компанії.

ТзОВ «Виробниче підприємство Будпромвиріб» засноване 10 січня 2005 року. Засновниками підприємства є товариство з обмеженою відповідальністю «Галицька Основа». Виробнича потужність ТзОВ «ВП Будпромвиріб» зосереджена на виготовлення бетону, залізобетонних конструкцій та відповідних матеріалів. Продукція виготовляють в цеху, що розміщений на території підприємства.

Основними постачальниками будівельних матеріалів є ТзОВ Техметал (металопрокат), ФОП Ружилю В.М. (цемент), Стрийський ГДСЗ (гравій, щебінь), ФОП Проців А.І. (пісок), ФОП Яріш Р.Я. (металопрокат), ТзОВ Сокіл (металопрокат), ТзОВ Любанта-Україна (додаток до бетону), ПП «ОККО-Бізнес контракт» (паливно-мастильні матеріали). З усіма постачальниками ТзОВ «ВП Будпромвиріб» працює протягом тривалого періоду, тому вони є надійними і вчасно поставляють необхідну сировину та послуги. Ціну на вироби ТзОВ «ВП Будпромвиріб» формує згідно калькуляції, тому є різні пояснення метода ціноутворення. По-перше, підприємство при формуванні ціни найчастіше орієнтується на власні витрати, аніж на інформацію щодо попиту на свій товар. Це змушує її спиратися на калькуляцію витрат при ціноутворенні. По-друге, якщо всі виробники галузі виготовляють продукцію серійну, то їх ціни майже однакові і цінова боротьба між ними мінімальна в порівнянні з галузями, де ціни прямо визначаються попитом.

Для аналізу потенціалу підприємства було проведено PEST- та SWOT-аналізи. Провівши PEST-аналіз можна зробити висновок, що найбільший вплив на діяльність на розвиток підприємства мають такі фактори: стабільність влади та

діючого уряду, курс валют, можливість розвитку військових дій в країні, міграційні процеси, ріст економіки, рівень технологічного розвитку галузі та вимоги до якості продукції. Ці фактори є ключовими і при виборі стратегії підприємству потрібно врахувати всі ризики, які можуть виникнути під впливом цих факторів.

Після проведення SWOT-аналізу було виділено основні слабкі та сильні сторони підприємства. До слабких сторін відноситься відсутність логістичної системи та відсутність маркетингового підрозділу, а також не велике охоплення ринку. До сильних сторін можна віднести цінову політику та якість продукції, а також налагоджені зв'язки з постачальниками та споживачами.

Було здійснено детальний аналіз конкурентів на внутрішньому ринку. Беручи до уваги конкуренцію будівельних підприємств в Львівській області можна дійти до висновку, що всі компанії працюють активно на майже однакових умовах з перевіреними постачальниками та споживачами. Характер конкуренції на будівельному ринку є помірним. Основними конкурентами ТзОВ «ВП Будпромвиріб» є публічне акціонерне товариство «Галенергобудпром», публічне акціонерне товариство «Львівський завод з/б виробів».

Зробивши аналіз підприємства ми дійшли висновку, що на даному етапі діяльність ТзОВ «ВП Будпромвиріб» є систематичною та злагодженою. Підприємство має достатньо замовлень, користується послугами постачання продукції високої якості та не має проблем з організацією роботи на виробництві. До основних недоліків можна віднести відсутність таких посад, як логіст, менеджер із зовнішньоекономічної діяльності та маркетолог. Саме тому, підприємству складніше знаходити нові замовлення, на даний час на фірмі повністю відсутня будь-яка рекламна діяльність. Щодо логістичної системи, то власного способу доставки на підприємстві немає, але залучення логістичних компаній допомагає робити цей процес вчасним та якісним. На даному етапі свого існування підприємству входити на зовнішній ринок власним силами є не ефективно тому, що у нього немає достатньої фінансової та технічної підтримки.

Оцінивши зовнішні ринки можна зробити висновок, що найбільшим торговим партнером України за останні два роки виступає Євросоюз. Підприємство ТзОВ «ВП Будпромвиріб» знаходиться в Львівській області, що дає йому можливість виходу на ринки країн-сусідів не витрачаючи великі кошти на перевезення. Основними країнами, які можна розглядати потенційними для виходу підприємства на ринок є Польща, Молдова та Білорусь.

Розглянувши основні стратегії виходу на зовнішній ринок ми обрали найефективнішу, а саме експорт товарів при об'єднанні підприємства з своїм конкурентом ПРАТ «Галенергобудпром». Дана фірма займає провідне місце в будівельній індустрії для сфери енергетики та є монополістом по випуску:

- стійок СЦ 20.2-1.0 довжиною 20м., діаметром 800 мм, що використовуються під час будівництва ліній електропередач напругою 330, 550, 750 кВ;
- турнікетних пристроїв для транспортування залізницею стійок ЛЕП довжиною 20, 22 і 26 метрів від 9 до 18 штук на спарених платформах.

Окрім енергетичного будівництва підприємство спеціалізується на випуску залізобетонної продукції для будівництва та металоконструкцій для потреб інших галузей економіки. Підприємство має досвід роботи на зовнішньому ринку. Імпортерами продукції ПРАТ «Галенергобудпром» є Молдова, країни СНД та країни Прибалтики. Транспортування продукції здійснюється, вагонами, піввагонами, платформами та турнікетними пристроями на платформах для перевезення залізобетонних виробів та опор залізницею. Перевезення залізницею є найоптимальнішим для транспортування великих партій центрифугованих опор чи іншої продукції і використовується найчастіше. Цей вид транспортування є найдешевшим при перевезенні гуртових партій на великі відстані. За надання послуг вантажоперевезення підприємство сплачує Укрзалізниці провізну плату, визначену загальними залізничними тарифами. Підприємство має власну залізничну вітку довжиною 2500м. За рахунок реконструкції підприємства проектна потужність заводу по випуску збірного залізобетону зросла до 60000 м. куб. залізобетону та 8000 тон металоконструкцій.

Для ефективного здійснення ЗЕД був проведений аналіз майбутніх зовнішніх ринків збуту та обрано дві країни для експорту продукції – Молдова та Польща. Цей вибір було зроблено опираючись на: результати здійсненого аналізу; територіального і географічного розташування (є країнами-сусідами України); особливостями розмитнення (входять у зону вільної торгівлі); наявність конкурентів. Також із однією з цих країн налагоджений зв'язок постачання, оскільки, вже здійснювалась співпраця.

Для ефективного функціонування такої діяльності необхідно створення окремого структурного підрозділу, який відповідатиме за всі зовнішньоекономічні процеси та слідкуватиме за ефективною діяльністю об'єднаної компанії попередню назву якої було обрано UBP (Ukrainian Building Products).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрійчук В., Бауер Л. Менеджмент: прийняття рішень і ризик: Навч. посібник. – К.:КНЕУ, 1998. – 316с.
2. Ансофф И. Стратегическое управление. - М.: Экономика, 1989. – 303 с.
3. Багиев Г.Л., Тарасевич В.М., Анн Х. Маркетинг. — М.: Экономика, 1999.
4. Балабанова Л.В. SWOT-аналіз – основа формування маркетингових стратегій: Навчальний посібник – 2-ге вид., випр. і доп. – К.: Знання, 2005.–301с.
5. Белінський П.І. Менеджмент виробництва та операцій: Підручник - К., 2005. - 624 с.
6. Буричка З.О. Митне законодавство зарубіжних країн: Деякі аспекти митного законодавства Республіки Молдова. Електронний методический кабінет: електрон. наук. фахове вид. 2002. URL: <http://metodkabinet.in.ua/tamojennoe-delo/mitne-zakonodavstvo-zarubijnih-krayin/deyaki-aspekti-mitnogo-zakonodavstva-respubliki-moldova>. (дата звернення: 23.09.2018).
7. Бутенко Н.В. Основи маркетингу: Навчальний посібник. К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2004.
8. Бутинець Ф.Ф. Бухгалтерський облік - 3-є вид., перероблене і доповнене - Житомир: ПП Рута, 2001 - 672с.
9. Бутинець Ф.Ф. Бухгалтерський словник - Ж.: Рута - 2001 р.
10. Бухгалтерський фінансовий облік: Підручник для студентів спеціальності «Облік і аудит» вищих навчальних закладів./За редакцією проф. Ф.Ф. Бутиця. -5-е вид., доп. і перероб. - Житомир: ПП «Рута»,2003. -726 с.
11. Василенко А. В. Менеджмент устойчивого развития предприятия: монография / А. В. Василенко. К.: ЦУЛ, 2005. – 648 с.
12. Вісник Дніпропетровського університету. Серія «МЕНЕДЖМЕНТ ІННОВАЦІЙ», 2014. № 3.
13. Вічевич А.М.. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності. Навчальний посібник. Вічевич А.М., Максимець О.В. - Львів: Афіша, 2004, 140 с.

14. Володькіна М.В. Економіка промислового підприємства : навч. посіб. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 196 с
15. Гаркуша О. О. Ефективність зовнішньоекономічної діяльності підприємств: автореферат / О. О. Гаркуша URL: <http://masters.donntu.edu.ua/2003/fem/garkusha/diss/index.htm>. ISSN 91250912.
16. Гранкина Н.А., Попов Е.В., Разработка внешнеэкономической стратегии сбыта продукции. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом». 2003. № 3. С. 10-15
17. Гребельник О. П. Основи зовнішньоекономічної діяльності: підручник / О. П. Гребельник. К.: ЦУЛ, 2004. – 384 с.
18. Дахно І.І. Зовнішньоекономічний менеджмент.URL: http://pidruchniki.ws/16860618/ekonomika/zovnishnoekonomichniy_menedzhment_-_dahno_ii
19. Дідківський М. І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навч. посіб. / М. І. Дідківський. К.: Знання, 2006. – 462 с.
20. Дурицька Г. В. Формування стратегії ефективного розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств / Г. В. Дурицька // Регіональна економіка. 2005. № 4. С. 250 -254.
21. Завьялов П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах: Учеб. пособие. - М.: ИНФРА-М, 2000.
22. Завгородній В.П. Бухгалтерський облік в Україні з використанням Національних стандартів - Київ: А.С.К., 2003 - 847с.
23. Летнянчин Х. Вибір стратегії для виходу підприємства на зовнішній ринок. Інноваційні процеси економічного та соціально-культурного розвитку: вітчизняний та зарубіжний досвід// Тези доповідей XI Міжнародної науково-практичної конференції молодих учених і студентів. – Тернопіль: ТНЕУ, 2018. – 164 с.
24. Кириченко О. А. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: навч. посіб. / О. А. Кириченко. К.: Знання-Прес, 2002. – 384 с.

25. Кіндрацька Г.І. Стратегічний менеджмент. URL:http://pidruchniki.ws/15840720/menedzhment/strategichniy_menedzhment_-_kindratska_gi.
26. Козак Ю. Г. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: навч. посіб. / Н. С. Логвінова, І. Ю. Сіваченко; під ред. Ю. Г. Козак. - К.: ЦУЛ, 2006. – 792 с.
27. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент: Анализ, планирование, внедрение, контроль. — 2-е изд., испр. — СПб; М.; Харьков; Минск: Питер Ком, 1999.
28. Ліпич Л. Г. Стратегії виходу підприємств на зовнішні ринки., Л. Г. Ліпич, А. О. Фатенюк-Ткачук: Культура народів Причорномор'я. – 2007. № 102. – С. 146–151.
29. Мельник Л.Г., Економіка підприємства: Конспект лекцій: Навч. посіб. Мельник Л.Г., Корінцева О.І. – Суми: ВТД “Університетська книга”, 2004. С. 412.
30. Методи оцінки привабливості фінансових інвестицій. URL: www.finances-analysis.ru.
31. Наливайко А. П. Теорія стратегії підприємства. Сучасний стан та напрямки розвитку: монографія / А. П. Наливайко. К.: КНЕУ, 2001. – 227 с.
32. Нетарифні заходи регулювання зовнішньоекономічної діяльності(за даними державної фіскальної служби). URL: <http://www.visnuk.com.ua/ua/pubs/id/8217>. (дата звернення 20.09.2018)
33. Пазуха М.Д. Зовнішньоекономічна діяльність. URL: http://ebooktime.net/book_44.html
34. Павлюк І. Проблеми бухгалтерського обліку виробничих запасів, товарів та пропозиції щодо їх вирішення. // Бухгалтерський облік і аудит (укр.) - 2000 -№6 - с. 40-57
35. Плешонова П. Облік запасів у промисловості // Баланс - комплект (укр.)- 2003.- № 19.- с.41-48
36. Покропивний С.Ф. Економіка підприємств: Навч. посіб. - 3-тє вид., перероб. і доп. - К.: КНЕУ, 2003. - 608с.

37. Помикало В. Картина перспективного польсько - українського співробітництва // Персонал. - 2005. - № 7. - С.52-59
38. ПРАТ «Галенергобудпром». URL: <http://www.gebp.lviv.ua/index.php/ua/pro-kompaniiu/73-perevagu>.(дата звернення 5.10.18)
39. Примак Г.О. «Економіка підприємства: Навч. посіб. - 3-тє вид., перероб. і доп. - К.: Вікар, 2003. - 219с.
40. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України від 16.04.1991р. № 959- XII, зі змінами та доповненнями// Відомості Верховної Ради УРСР (ВВР). – 1991. – 16 квіт.
41. Про ратифікацію Угоди про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони: Закон України від 16.09.2014 р. № 1678-VII. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1678-18> (дата звернення: 17.03.2017).
42. Савицька Г.В. Економічний аналіз діяльності підприємства: Навч. посіб. - К.: Знання, 2004. - 654с.
43. Скворонська-Лучинська А. Україна і Польща: економічне партнерство // Вісник податкової служби України. - 2004. - № 10. - С.63-64
44. Сопко В.В. Бухгалтерський облік - Київ - 2000 - 580 с.
45. Споданенко Т. Інвентаризація. // Фінансова консультація (рос.) - 2004 - №22 - с. 30-36
46. Статистичні дані щодо торгового балансу України. URL: www.ukrstat.gov.ua
47. Статистичні методи оцінки інвестиційних проектів. URL: www.pidruchniki.ws
48. Стровский Л. Е. Внешнеэкономическая деятельность предприятия: учеб. для вузов / Л. Е. Стровский, С. К. Казанцев, Е. А. Паршина [и др.]; под ред. проф. Л. Е. Стровского. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 847 с.

49. Ткаченко Н.М. Бухгалтерський фінансовий облік на підприємствах України: Підручник для студентів спеціальних вищих навчальних закладів. - 6-те видання. - Київ «А.С.К.», 2002. - 784с.
50. Фаминский И. П. Международные экономические отношения: учебник / под ред. И. П. Фаминского. М.: Юрист, 2001. – 847 с.
51. Формирование стратегии выхода предприятия на зарубежные рынки. URL: <http://konsultatsiya.bfmac.com/vopros-advokatu/formirovanie-strategii-vyhoda-predpriyatiya-na-zarubezhnye-rynki.html>. (дата звернення 12.10.18)
52. Харіва П.С. «Економіка підприємства: Посібник - Тернопіль: Економічна думка, 2000. - 500с.
53. Чайковська Т. В. Формування стратегії виходу підприємств на зовнішні ринки / Т. В. Чайковська, О. Д. Стефурак URL: http://www.rusnauka.com/9_DN_2010/Economics/61400.doc.htm.
54. Чернова Г. В. Практика управління ризиками на рівні підприємства. СПб.: Ін-т страхування, 2000. – 170 с.
55. Шегда А.В. «Економіка підприємства: Навч. посіб. - К.: Знання, 2005. - 431с.
56. Шеремет О.О. «Фінансовий аналіз: Навчальний посібник. - К., 2005. - 196с.
57. Шершньова З. Є., Оборська С.В. Стратегічне управління: Навч. Посібник. - К.: КНЕУ, 1999.
58. Шмаленко Я. В. Формування зовнішньоекономічної стратегії підприємства / Я. В. Шмаленко // Держава та регіони. – 2008. №3. – С. 270 - 277.
59. Щербак В.Г., Лозенко А.П. Проблеми проникнення вітчизняних підприємств на зовнішні ринки // Фінанси України - 1999. - №4. - с.41 - 43.
60. FEC S.A. - Fabrica elemente de constructii S.A. URL: <http://www.fec.md/index.php?pag=cat&id=743&l=ro>
61. Financial Analysis. INVESTOPEDIA. URL: <https://www.investopedia.com/terms/f/financial-analysis.asp>.

62. Global Market Entry and Exit Strategies. MBA Knowledge Base. URL: <https://www.mbaknol.com/international-business/global-market-entry-and-exit-strategies/>
63. How Companies Can Reduce Internal and External Business Risk. INVESTOPEDIA. URL: <https://www.investopedia.com/terms/f/financial-analysis.asp>.
64. How to Choose an Exit Strategy. By Inc. Staff. URL: <https://www.inc.com/guides/2010/10/how-to-choose-an-exit-strategy.html>.
65. Kotabe Masaaki, Helsen Kristiaan. Global Marketing Management, John Wiley & Sons, Inc., 2001.
66. Porter, Michael (1987). "From Competitive Advantage to Corporate Strategy". May–June (3): 43–59.
67. Peter F. Drucker. Management Challenges for the 21st Century. – 2007.
68. Running a Business in Ukraine, Enterprise Surveys URL: http://www.enterprisesurveys.org/Reports/~/_media/F990B7A6EE1.pdf.
69. The types of risk your business faces. NiBusinessInfo.CO.UK. URL: <https://www.nibusinessinfo.co.uk/content/types-risk-your-business-faces>.
70. Wytwórnia Betonów Prefabrykowanych “PREDOM” S.A. URL: <http://predom.lubin.pl/prefabrykaty-budowlane>

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

“ЗАТВЕРДЖЕНО”

Загальними зборами Учасників
Товариства з обмеженою відповідальністю
«Виробниче підприємство «Будпромвиріб»

Протокол № 1
від «23» січня 2007 р.
Голова Загальних зборів Учасників
Вистецький В. В./

ВІСТЕЦЬКИЙ В. В./
ПІДПРИЄМСТВО
«БУДПРОМВИРІБ»
ІДЕНТИФІКАЦІЙНИЙ КОДИС
№ 33321489

Державну реєстрацію змін до установчих документів ПРОВЕДЕНО
Дата реєстрації 29.01.2007р.
Номер запису 1440105000300000
Державний реєстратор Вітерчук

СТАТУТ
Товариства з обмеженою відповідальністю
«ВИРОБНИЧЕ ПІДПРИЄМСТВО
«БУДПРОМВИРІБ»

м. Стрий-2007 рік

27 січня 2007 року я, Чернилевська М.М., приватний нотаріус Стрийського районного нотаріального округу, засвідчую справжність підписів директора Товариства з обмеженою відповідальністю „Галицька основа” **Стецького Віктора Васильовича, Стецького Леоніда Васильовича**, які зроблено у моїй присутності.

Особи гр. Стецького В.В., Стецького Л.В., які підписали документ, встановлено, повноваження Стецького В.В. перевірено.



Зареєстровано в реєстрі за № **328, 329**
Стягнуто плати відповідно до вимог ст.31
Закону України “Про нотаріат”.

Приватний нотаріус:

[Handwritten signature]



В цьому документі прошито і скріплено печаткою чотирнадцять аркушів.

Приватний нотаріус:



ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ.

- 1.1. Заснування Товариства. Товариство з обмеженою відповідальністю "Виробниче підприємство «Будпромвиріб»" (надалі – "Товариство") створене згідно рішення Установчих зборів Товариства відповідно до Цивільного кодексу України, Господарського кодексу України, Закону України "Про господарські товариства" та іншого чинного законодавства України.
- 1.2. Найменування та місцезнаходження Товариства.
 - 1.2.1. Найменування Товариства.
 - а) повне найменування Товариства:
 - українською мовою - **Товариство з обмеженою відповідальністю «Виробниче підприємство «Будпромвиріб»**;
 - російською мовою – **Общество с ограниченной ответственностью «Производственное предприятие «Будпромвырив»**;
 - б) скорочене найменування Товариства:
 - українською мовою - **ТОВ «ВП «Будпромвиріб»**;
 - російською мовою - **ООО «Производственное предприятие «Будпромвырив»**;
 - 1.2.2. Місцезнаходження Товариства: Україна, Україна, с. Грабовець, Стрийського району Львівської області, вул. Поповича, 52-а
- 1.3. Термін діяльності. Товариство створено на невизначений термін.

2. ПРАВОВИЙ СТАТУС ТА МЕЖІ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ТОВАРИСТВА.

- 2.1. Правовий статус.
 - 2.1.1. Товариство набуває права юридичної особи з дня його державної реєстрації.
 - 2.1.2. Товариство, будучи юридичною особою згідно із законодавством України, має самостійний баланс, круглу печатку та кутовий штамп зі своїм найменуванням, знак для товарів і послуг, має право відкривати поточні, валютні та інші рахунки в банківських установах.
 - 2.1.3. Товариство вправі від свого імені укладати договори (угоди), набувати майно, майнові і немайнові права та нести обов'язки, бути позивачем та відповідачем в суді, у тому числі в господарському, а також в третейському суді. Товариство може укладати договори дарування та пожертви, в т.ч. з іншими підприємницькими товариствами, зокрема, здійснювати дарування та пожертви. Товариство може здійснювати безоплатне зберігання речей, в тому числі речей інших осіб, а також передавати речі на безоплатне зберігання.
Збитки, завдані Товариству в результаті порушення його майнових прав громадянами, юридичними особами і державними органами, відшкодовуються Товариству у встановленому законодавством України.
 - 2.1.4. Товариство може створювати юридичні особи (як самостійно так і за участю інших осіб) та/або набувати частки (паї, акції, корпоративні права) у вже існуючих юридичних особах як на території України, так і за кордоном з дотриманням законодавства України та законодавства країни де створюється (чи вже існує) вказана юридична особа. Дочірні підприємства Товариства, які реєструються на території України, діють на підставі статуту та користуються правами юридичної особи.
 - 2.1.5. Товариство вправі створювати філії, представництва та інші відокремлені підрозділи як на території України, так і за її межами з дотриманням законодавства України та законодавства країни де створюються вказані підрозділи. Відокремлені підрозділи Товариства, які зареєстровані на території України, функціонують на підставі положення і діють від імені Товариства. Керівники відокремлених підрозділів Товариства, які зареєстровані на території України, діють на підставі довіреності, що видається Товариством.
 - 2.1.6. Товариство має право у відповідності з чинним законодавством України здійснювати емісію власних цінних паперів та набувати у власність цінні папери інших осіб.
 - 2.1.7. Товариство користується правом на охорону комерційної таємниці та захист конфіденційної інформації про свою діяльність. Обсяг і режим інформації, що складає комерційну таємницю та носить конфіденційний характер і не підлягає розголошенню, встановлюється органами управління Товариства відповідно до вимог чинного законодавства України та цього Статуту.
 - 2.1.8. Товариство має право на недоторканність своєї ділової репутації, на таємницю кореспонденції, на інформацію та інші особисті немайнові права, які можуть йому належати.
 - 2.1.9. З урахуванням попередніх пунктів даного Статуту, Товариство має право поширювати інформацію про себе та свою діяльність (в т.ч. рекламувати), крім

випадків, коли це порушує законодавство країни про поширення вказаної інформації.

2.2. Обмеження відповідальності.

- 2.2.1. Товариство не несе відповідальності за зобов'язаннями Засновників та Учасників Товариства.
- 2.2.2. Товариство не несе відповідальності за зобов'язаннями держави, а держава не несе відповідальності за зобов'язаннями Товариства.
- 2.2.3. Товариство несе відповідальність за своїми зобов'язаннями перед кредиторами всім своїм майном, а Засновники (учасники) не відповідають за зобов'язаннями Товариства і несуть ризик збитків, пов'язаних з діяльністю Товариства у межах вартості належних їм часток у Статутному капіталі Товариства.

3. МЕТА ТА ПРЕДМЕТ ДІЯЛЬНОСТІ.

- 3.1. Товариство створюється для здійснення виробничої, інвестиційної, торгівельної та іншої діяльності у відповідності з чинним законодавством України та положеннями цього Статуту з метою отримання прибутку.
- 3.2. Предметом діяльності Товариства є:
 - 1) Виробництво будівельних матеріалів згідно встановлених стандартів та їх реалізація.
 - 2) Виготовлення товарного бетону, розчину, залізобетонних, бетонних, металевих, дерев'яних виробів та конструкцій для особистих потреб та з метою їхньої реалізації.
 - 3) Виробництво будівельних матеріалів, в тому числі з використанням новітніх розробок в галузі будіндустрії (цегла, будкамені, в'язучі, дахівка, будкераміка та інші)
 - 4) Розробка, виготовлення, впровадження виробів, матеріалів та пристроїв, необхідних для статутної діяльності
 - 5) Виробництво, встановлення, монтаж, налагодження, демонтаж, ремонт, обслуговування, передача та отримання у користування (в т.ч. з персоналом) обладнання, техніки, конструкцій, машин, пристроїв, устаткування, знарядь, засобів, механізмів і транспорту, в т.ч. призначених для виробництва та транспортування будівельних матеріалів, зокрема бетону, чи використання у будівництві, а також надання послуг, які включають вищезазначені дії.
 - 6) Проведення наукових, науково-технічних, конструкторських, технологічних, експериментально-виробничих та виробничих робіт; виконання науково-дослідних, дослідно-конструкторських та проектних розробок. Організація виробництва на їх основі матеріалів, виробів та конструкцій
 - 7) Проведення атестації та сертифікації виробів.
 - 8) Здійснення будівельної діяльності, в т.ч. проведення вишукувальних та проектних робіт, зведення несучих та огорожуючих конструкцій, будівництво та монтаж інженерних і транспортних мереж.
 - 9) Здійснення експортно-імпорتنних операцій, в тому числі експорт-імпорт сировини, матеріалів, комплектуючих виробів автомобілів, техніки, обладнання.
 - 10) Виконання будівельних робіт, в т.ч. бетонні роботи, реставрація, ремонт, відновлювальні роботи, роботи по обладнанню будівель, роботи по завершенню будівництва.
 - 11) Будівництво та експлуатація автозаправних станцій та надання супутніх послуг.
 - 12) Здійснення будівництва та реконструкції житлових будинків, промислових та адміністративних споруд і виконання відповідних функцій підрядника чи субпідрядника, здійснення ремонтних робіт на об'єктах нерухомості.
 - 13) Проектування, будівництво нових і реконструкція існуючих меліоративних систем та окремих об'єктів інженерної інфраструктури Будівництво та експлуатація кар'єрів.
 - 14) Проведення землевпорядних робіт.
 - 15) Проведення робіт із землеустрою, землеоціночних робіт та земельних торгів.
 - 16) Надання послуг з перевезення пасажирів і вантажів автомобільним транспортом загального користування (крім надання послуг з перевезення пасажирів та їх багажу на таксі). Внутрішні і міжнародні перевезення пасажирів і вантажів автомобільним транспортом.
 - 17) Внутрішні і міжнародні перевезення пасажирів і вантажів автомобільним транспортом.
 - 18) Надання транспортних послуг юридичним та фізичним особам, транспортно-експедиційних послуг під час внутрішніх та зовнішніх перевезень, ремонт та продаж автотранспортних засобів, техніки, в тому числі іноземного виробництва, автосервісне обслуговування.
 - 19) Посередницька, закупівельна та торгівельна діяльність, в тому числі у вигляді комісійної, комерційної, консигнаційної, фірмової та роздрібною торгівлі, зокрема продуктами харчування, тютюновими виробами, автотранспортними засобами.
 - 20) Створення мережі власних магазинів, реалізація продукції та товарів як власних, так і інших юридичних осіб, в тому числі і закуплених у іноземців, а також за готівку.
 - 21) Здійснення операцій із нерухомістю.
 - 22) Надання побутових послуг населенню, а також підприємствам та установам.

- передбачених законодавством.
- 7.1.6. Ризик випадкової загибелі майна Товариства, яке є його власністю, несе Товариство, якщо інше не передбачено угодою щодо вказаного майна. Ризик випадкової загибелі майна, яке передане Товариству в користування, несе власник майна, якщо інше не передбачено угодою між власником цього майна і Товариством.
- 7.2. Фонди Товариства.
- 7.2.1. Товариство для здійснення статутної діяльності, крім статутного капіталу, утворює за рахунок власних коштів резервний фонд. Крім статутного та резервного фондів, Товариство вправі створювати й інші цільові фонди, перелік та розмір відрахувань в них визначається Загальними зборами Учасників.
- 7.2.2. Резервний фонд Товариства утворюється шляхом щорічних відрахувань не менш, як п'яти відсотків чистого прибутку, до досягнення резервним фондом розміру, що становитиме двадцять п'ять відсотків розміру статутного капіталу Товариства.
- 7.3. Використання фондів.
- 7.3.1. Резервний фонд Товариства використовується для покриття збитків Товариства та позапланових витрат.
- 7.3.2. Загальні збори Учасників за поданням Директора затверджує шляхи використання інших фондів в інтересах Товариства, у відповідності до цілей створення вищезгаданих фондів, з дотриманням вимог законодавства та цього Статуту.

8. ОРГАНИ УПРАВЛІННЯ ТОВАРИСТВОМ.

- 8.1. Органи управління Товариством. Управління та контроль за діяльністю Товариства здійснюють:
- Загальні збори Учасників;
 - Директор;
- 8.2. Посадові особи органів управління.
- 8.2.1. Посадовими особами органів управління Товариства визнаються Директор та Головний бухгалтер.
- 8.2.2. Посадовими особами органів управління Товариства не можуть бути особи, яким законодавством України заборонено бути посадовими особами органів управління товариств.
- 8.2.3. Посадові особи органів управління Товариства несуть відповідальність за заподіяну ними Товариству шкоду відповідно до чинного законодавства України та цього Статуту.

9. ЗАГАЛЬНІ ЗБОРИ УЧАСНИКІВ.

- 9.1. Вищий орган Товариства. Вищим органом Товариства є Загальні збори Учасників Товариства, які можуть бути черговими або позачерговими. У Загальних зборах Учасників мають право брати участь всі Учасники Товариства.
- 9.2. Чергові Загальні збори Учасників.
- 9.2.1. Чергові Загальні збори Учасників (надалі - "Чергові збори") скликаються Директором Товариства один раз на рік, не пізніше п'яти місяців після завершення фінансового року.
- 9.3. Позачергові Загальні збори Учасників.
- 9.3.1. Позачергові Загальні збори Учасників (надалі - "Позачергові збори") скликаються Директором у наступних випадках:
- а) у разі неплатоспроможності Товариства або загрози такої неплатоспроможності;
 - б) на письмову вимогу одного або більше Учасників, які володіють у сукупності більш як десятьма відсотками голосів, у будь-який час і з будь-якого приводу;
 - в) у будь-яких інших випадках, якщо цього вимагають інтереси Товариства в цілому.
- 9.3.2. Директор при наявності письмової вимоги, зобов'язаний протягом десяти днів з моменту її отримання прийняти рішення про скликання позачергових зборів з порядком денним, запропонованим Учасниками, які володіють у сукупності більш як десятьма відсотками голосів.
- 9.3.3. Якщо протягом десяти днів Директор не виконав письмової вимоги Учасників, які володіють у сукупності більш, як десятьма відсотками голосів, вони мають право самостійно скликати позачергові Загальні збори Учасників.
- 9.4. Скликання Загальних зборів Учасників.
- 9.4.1. Про проведення Загальних зборів Учасники повідомляються персонально телеграмою, листом, факсимільним повідомленням чи іншим способом визначеним Загальними зборами Учасників з позначенням дати, часу та місця проведення зборів та порядку денного.

- 9.4.2. Повідомлення повинно бути отримано Учасниками не пізніше, ніж за 30 днів до дати проведення зборів.
- 9.4.3. Якщо інше не передбачено законодавством України, Загальні збори Учасників Товариства проводяться на території України, як правило, за місцезнаходженням Товариства, за винятком випадків, коли на день проведення загальних зборів ста відсотками у Статутному капіталі Товариства володіють іноземці, особи без громадянства, іноземні юридичні особи, а також міжнародні організації.
- 9.5. Порядок денний Загальних зборів Учасників.
- 9.5.1. Порядок денний Загальних зборів Учасників формує Директор.
- 9.5.2. В порядок денний Чергових Загальних зборів Учасників обов'язково повинні бути включені питання про затвердження річних результатів діяльності Товариства, порядку розподілу прибутку, визначення порядку покриття збитків, строк та порядок виплати дивідендів (при їх наявності).
- 9.5.3. В порядок денний як Чергових, так і Позачергових зборів, обов'язково вносяться питання, включення яких вимагають Директор або Учасник/Учасники, що володіють у сукупності більш, як десятьма відсотками голосів.
- 9.5.4. Будь-який з Учасників вправі у письмовій формі вносити свої пропозиції щодо порядку денного Загальних зборів Учасників не пізніше, як за п'ять днів до дати їх скликання. Рішення про включення запропонованих питань до порядку денного приймається Директором. Пропозиції Учасника/Учасників, які володіють більше, як десятьма відсотками голосів, вносяться до порядку денного Загальних зборів Учасників обов'язково. Про зміни в порядку денному Загальних зборів Учасників Учасники повідомляються персонально листом, телеграмою, факсимільним повідомленням чи іншим способом визначеним загальними зборами Учасників не пізніше, як за десять днів до проведення Загальних зборів Учасників.
- 9.6. Правомочність Загальних зборів Учасників. Загальні збори Учасників визнаються правомочними, якщо в них беруть участь особисто Учасники або їх представники, які володіють в сукупності більш, ніж 60 (шістдесят) відсотками голосів.
- 9.7. Голова Загальних зборів Учасників. Ведення засідань Загальних зборів Учасників здійснює - особа, обрана Загальними зборами Учасників.
- 9.8. Повноваження Загальних зборів Учасників. Загальні збори Учасників, незалежно від їх виду, правомочні, згідно із законодавством та цим Статутом, вирішувати наступні питання:
- 9.8.1. Визначення основних напрямів діяльності Товариства і затвердження його планів та звітів про їх виконання.
- 9.8.2. Внесення змін та доповнень до Статуту Товариства;
- 9.8.3. Прийняття рішення про припинення діяльності Товариства, призначення ліквідаційної комісії та затвердження ліквідаційного балансу;
- 9.8.4. Створення, реорганізація та ліквідація дочірніх підприємств, філій та представництв, затвердження їх статутів та положень;
- 9.8.5. Затвердження річних результатів діяльності Товариства, включаючи його дочірні підприємства;
- 9.8.6. Затвердження порядку розподілу прибутку, строків та порядку виплати частки прибутку (дивідендів), визначення порядку покриття збитків;
- 9.8.7. Загальні збори Учасників вправі призначити та звільнити з посади Директора Товариства та Головного бухгалтера.
- 9.8.8. Прийняття до складу Товариства нових осіб.
- 9.8.9. Вирішення будь-яких інших питань, що стосуються діяльності Товариства та внесені у порядок денний Загальних зборів Учасників.
- 9.8.10. Виведення (виключення) Учасника з Товариства
- По питаннях, вказаних у підпунктах 9.8.1 та 9.8.10. цього пункту, рішення вважається прийнятним. Якщо за нього проголосували Учасники, що володіють у сукупності більш, як 50% загальної кількості голосів Учасників Товариства.
- Якщо чинним законодавством України не передбачено інше, питання, зазначені у пп.9.8.1. - 9.8.10. даного Статуту віднесені до виключної компетенції Загальних зборів Учасників.
- 9.9. Протокол Загальних зборів Учасників.
- 9.9.1. Хід Загальних зборів Учасників і прийняті ними рішення, включаючи підсумки голосування по кожному питанню, оформляються протоколом, ведення якого забезпечується секретарем Загальних зборів Учасників. Такий протокол заноситься до спеціально призначеного для цього журналу.
- 9.9.2. Протокол Загальних зборів Учасників підписується Головою і секретарем зборів та не пізніше як через три робочих дні після закінчення зборів передається Директору.
- 9.10. Голосування.
- 9.10.1. Всі рішення приймаються простою більшістю голосів Учасників, які присутні або

представлені на Загальних зборах Учасників, крім рішень, що приймаються більшістю у 3/4 (три чверті) голосів Учасників, які беруть участь у Загальних зборах Учасників, а саме по питанню відчуження майна на суму, що перевищує 50% Статутного капіталу, - не менше 75% голосів.

9.10.2. Загальні збори Учасників не вправі приймати рішення з питань, не включених до порядку денного.

9.10.3. Додаткові повноваження Загальних зборів Учасників. Загальні збори згідно з цим Статутом здійснюють наступні повноваження:

а) визначають поточні напрями діяльності Товариства, затверджують розроблені Директором поточні плани розвитку Товариства та звіти про їх виконання;

б) затверджують правила процедури та інші внутрішні документи Товариства;

в) здійснюють попередній розгляд та погодження усіх питань, що виносяться на розгляд Загальних зборів Учасників;

г) укладають від імені Товариства трудовий договір (контракт) з Директором;

д) Загальні збори Учасників, мають право припинити трудовий договір (контракт) з Директором та призначити виконуючого обов'язки Директора. Особа, яка призначена виконуючим обов'язки Директора має такі ж повноваження (має права, виконує обов'язки та несе відповідальність), що і Директор, якщо інше не визначено рішенням Загальних зборів Учасників;

е) приймають кадрові рішення стосовно прийому на роботу, звільнення, призначення на посаду щодо керівників дочірніх підприємств, філій та представництв Товариства;

є) визначає умови оплати праці Директора, Головного бухгалтера, керівників та головних бухгалтерів дочірніх підприємств, філій та представництв Товариства;

ж) здійснюють контроль за діяльністю Директора з метою забезпечення відповідності господарської діяльності Товариства чинному законодавству, Статуту та внутрішнім документам Товариства;

з) визначають цільові фонди Товариства і затверджують порядок їх формування та порядок використання коштів;

и) затверджують за поданням Директора організаційну структуру Товариства;

і) вирішують питання про придбання Товариством частки у Статутному капіталі;

й) затверджують рішення Директора про збільшення Статутного капіталу Товариства на суму, що не перевищує 1/3 його розміру;

к) визначають склад, обсяг і порядок захисту відомостей, що складають комерційну таємницю та конфіденційну інформацію;

л) дають попередню згоду на укладення від імені Товариства:

- будь-яких договорів (угод), які стосуються нерухомого майна, транспортних засобів, паїв, часток, корпоративних прав та цінних паперів;
- будь-яких договорів (угод), якими передбачено, що Товариство надає чи зобов'язується надати забезпечення виконання фінансових або інших зобов'язань;
- будь-яких договорів (угод) передачі прав заставодержателя на майно, майнові права, доходи або активи Товариства;
- будь-яких договорів (угод) про партнерство, розподіл прибутку, ліцензійні угоди, угоди про спільну діяльність або інші подібні домовленості, за якими прибуток Товариства буде або може поділятися з іншими особами;
- будь-яких засновницьких та установчих договорів чи угод, статутів, в т.ч. які передбачають здійснення Товариством внеску (-ів) до статутного капіталу вже існуючих чи новостворюваних юридичних осіб;
- будь-яких договорів (угод), які передбачають участь Товариства в об'єднаннях;
- будь-яких договорів (угод), які стосуються надання або отримання позичок, позик, кредитних та депозитних договорів або будь-які інші, пов'язані з ними договори;
- будь-яких договорів (угод), які стосуються управління майном, дарування, пожертви, безоплатного зберігання, переводу боргу (факторингу) чи уступки вимоги;
- будь-яких попередніх договорів (угод) з питань, зазначених вище.

Вимоги, викладені у підпункті "л" даного пункту щодо надання попередньої згоди Загальних зборів Учасників на укладення угод (договорів) від імені Товариства, поширюються також і на угоди (договори), що укладаються дочірніми підприємствами Товариства. Жодна особа не має право укласти від імені Товариства чи його дочірніх підприємств угоди (договори), зазначені у підпункті "л" даного пункту без отримання попередньої письмової згоди Загальних зборів Учасників. У вказаній письмовій згоді Загальних зборів Учасників може бути передбачено умови укладення договору (угоди), що є обов'язковою для особи, яка підписуватиме такий договір (угоду).

м) з метою контролю над діяльністю Директора та інших працівників Товариства, може створювати відповідні підрозділи (служби, комісії, департаменти тощо) на постійні чи тимчасовій основі. Вказані підрозділи діють на підставі положень про них, які затверджені Загальними зборами

Учасників;

н) призначає перевірки діяльності Товариства, Директора, дочірніх підприємств, представництв, філій та інших відокремлених підрозділів Товариства, їх директорів;

о) приймає рішення про притягнення до майнової відповідальності посадових осіб органів управління Товариства;

п) призначає тимчасово виконуючого обов'язки Директора, у випадку, якщо Директор з певних причин не може тимчасово реалізувати свої повноваження чи його діяльність може чи завдає шкоди Товариству чи інтересам Учасників Товариства.

Особа, яка призначена тимчасово виконуючим обов'язки Директора має такі ж повноваження (має права, виконує обов'язки та несе відповідальність), що і Директор, якщо інше не визначено рішенням Загальних зборів Учасників;

р) за пропозицією Директора призначає заступників Директора і визначає коло їхніх повноважень, зокрема, як частину повноважень наданих Директору. Заступники Директора у межах їх повноважень, які визначені Загальними зборами Учасників діють від імені Товариства без довіреності;

Загальні збори Учасників вправі тимчасово делегувати виконання частини своїх повноважень Директору Товариства.

9.10.4. Для здійснення своїх повноважень Загальні збори Учасників мають право:

- отримувати копії договорів, угод, контрактів, укладених від імені Товариства, наказів та розпоряджень, прийнятих Директором;

- будь-які інші документи, які стосуються діяльності Товариства, його філій, представництв та дочірніх підприємств.

а) вимагати в будь-який час та з будь-якого приводу звітів та пояснень щодо посадової діяльності від Директора чи від інших посадових осіб органів управління Товариства, його філій, представництв, інших відокремлених підрозділів та дочірніх підприємств Товариства;

б) призначати для перевірки діяльності Товариства аудиторські перевірки або перевірки комісією, спеціально створеною Загальними зборами Учасників;

в) відмінити будь-яке рішення або розпорядження, прийняте Директором, якщо таке рішення прийнято з порушеннями законодавства чи Статуту та/або може заподіяти шкоду Товариству або суперечить цілям його діяльності.

10. ДИРЕКТОР.

10.1. Директор. Виконавчим органом Товариства, що здійснює керівництво його поточною діяльністю, є Директор.

10.2. Директор підзвітний і підконтрольний Загальним зборам Учасників.

Рішення Загальних зборів Учасників є обов'язковими для Директора.

Директор та інші особи, які діють від імені Товариства зобов'язані діяти в інтересах Товариства добросовісно, розумно та не перевищувати своїх повноважень. Якщо особа має намір скористатися своїми повноваженнями, щодо вчинення дій від імені Товариства, а даним Статутом чи іншим документом передбачені обмеження, така особа зобов'язана проінформувати третіх осіб про такі обмеження. Директор видаючи довіреність від імені Товариства, у якій представнику надаються повноваження, щодо яких даним Статутом чи іншим документом передбачені обмеження, зобов'язаний зазначити у такій довіреності про вказані обмеження. Якщо особа, яка уповноважена виступати від імені Товариства, порушать свої обов'язки щодо представництва, то вони несуть солідарну відповідальність за збитки, завдані ними Товариству.

Директор та інші особи, які діють від імені Товариства відповідають за шкоду, заподіяну ним Товариству в повному обсязі та згідно порядку, затвердженого Загальними зборами Учасників, якщо законодавством України не передбачено інше.

10.3. Повноваження Директора.

10.3.1. Директор призначається Загальними зборами Учасників терміном на два роки.

10.3.2. Директор:

- представляє без довіреності Товариство у відносинах зі всіма без виключення державними органами та установами, підприємствами і організаціями всіх форм власності, у відносинах з фізичними особами;

- здійснює оперативне керівництво поточною діяльністю Товариства в межах повноважень та прав, наданих йому цим Статутом;

- веде справи Товариства та здійснює контролю за його поточною діяльністю;

- укладає та підписує від імені Товариства угоди (договори), виступає розпорядником коштів та майна Товариства, видає довіреності на право вчинення дій і представництво від імені Товариства; дії, зазначені у попередньому реченні даного абзацу Директор вчиняє з дотриманням вимог, передбачених даним Статутом, а саме пп. н) п.9.10.3. та п. 10.2. Статуту;

- керує та управляє процесами впровадження бізнес-планів та звітує про результати перед Загальними

зборами Учасників;

- забезпечує виконання всіх контрактів, угод та документів, які мають відношення до діяльності Товариства;
- розробляє критерії відбору працівників, визначення їх функцій та посадових обов'язків; здійснення контролю та спостереження за їх роботою;
- вирішує інші питання, віднесені до його компетенції цим Статутом та внутрішніми документами Товариства.

Директор реалізує свої повноваження з урахуванням обмежень встановлених цим Статутом та передбачених рішеннями Загальних зборів Учасників.

10.3.3. На Директора покладаються наступні обов'язки:

- організація виконання рішень Загальних зборів Учасників;
- організація роботи по складанню річних бізнес-планів, інших стратегічних та оперативних планів діяльності Товариства, включаючи фінансові, маркетингові та виробничі питання, підготовка та подання звітів про їх виконання на розгляд Загальним зборам Учасників;
- організація документообігу у відносинах з Учасниками, іншими органами Товариства, підприємствами, установами, організаціями та фізичними особами;
- організація ревізій та перевірок, призначених за рішенням Загальних зборів Учасників;
- посвідчення доручень Учасників на представництво їх інтересів на Загальних зборах Учасників;
- прийняття на роботу та звільнення працівників Товариства, застосування до них заохочень та стягнень;
- розробка та подання на розгляд трудового колективу Товариства проекту колективного договору, забезпечення виконання Товариством обов'язків, взятих на себе згідно з умовами колективного договору;
- визначення сфери компетенції, прав і відповідальності посадових осіб структурних підрозділів Товариства.

10.3.4. Директор в межах своїх повноважень видає накази та розпорядження, дає усні та письмові вказівки, які є обов'язковими до виконання усіма підрозділами та працівниками Товариства.

10.3.5. Директор має право підписувати від імені Товариства заяви, скарги, клопотання та інші документи, що стосуються виконання його повноважень.

10.3.6. Директор має право подавати від імені Товариства та отримувати на його ім'я документи, що стосуються виконання ним своїх повноважень.

10.3.7. Директор має право тимчасово делегувати (на час відпустки, хвороби чи відрядження) свої повноваження іншій особі за погодженням з Загальними зборами Учасників.

10.3.8. Директор, керівники дочірніх підприємств, філій та представництв Товариства можуть бути у будь-який час усунені від виконання своїх обов'язків рішенням Загальних зборів Учасників.

10.3.9. У випадку усунення від виконання обов'язків Директора, керівників дочірніх підприємств, філій та представництв Товариства, Загальні збори Учасників вправі призначити осіб, які виконуватимуть їх обов'язки. Особи, які призначені, як виконуючі обов'язки, мають повноваження (мають права, виконують обов'язки та несуть відповідальність) тих, чий обов'язок вони виконують, якщо інше не визначено рішенням Загальних зборів Учасників.

11. ГОСПОДАРЬКА ТА ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ

11.1. Ведення господарської діяльності.

11.1.1. Товариство самостійно веде планування господарської та фінансово-економічної діяльності та здійснює їх, виходячи з попиту на продукцію (роботи, послуги), з метою покриття витрат, забезпечення розвитку виробництва та продажу та отримання прибутку.

11.1.2. Товариство самостійно організує матеріально-технічне забезпечення своєї діяльності, шляхом придбання ресурсів на ринку товарів і послуг.

11.1.3. Товариство самостійно визначає ціни на власну продукцію (товари, послуги), крім випадків передбачених законодавством України.

11.2. Прибуток та його розподіл. Прибуток Товариства утворюється з надходжень від господарської діяльності після покриття матеріальних та інших витрат, включаючи витрати на оплату праці, сплати процентів по банківських кредитах та дивідендів по облігаціях Товариства, а також сплати податків, інших обов'язкових платежів в бюджет, передбачених чинним законодавством. Прибуток Товариства підлягає розподілу за рішенням Загальних зборів Учасників.

12. ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ТОВАРИСТВА

Додаток 1
до Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 25
"Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва"

ФІНАНСОВИЙ ЗВІТ
суб'єкта малого підприємництва

КОДИ

Дата (рік, місяць, число)

| | | |
|------------|----|----|
| 2016 | 01 | 01 |
| 33321489 | | |
| 4625380601 | | |
| 10 | | |
| 23.61 | | |

назва ТЗОВ «ВП Будпромвиріб» за ЄДРПОУ
тип приватна за КОАТУУ
правова форма господарювання приватна за КОПФГ
основної діяльності виготовлення виробів із бетону для за КВЕД

кількість працівників, осіб 40 39

виміру: тис.грн з одним десятковим знаком

телефон 82435 Львівська обл. Стрийський р-н с.Грабовець

адреса, 52-А тел 0507131509

1. Баланс
на 1 січня 20 16 р.

Форма № 1-м

Код за ДКУД

1801006

| Актив | Код рядка | На початок звітнього року | На кінець звітнього періоду |
|---|--------------|------------------------------|--------------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| I. Необоротні активи | | | |
| необоротні капітальні інвестиції | 1005 | 1.6 | 1.6 |
| засоби: | 1010 | 784.1 | 706.9 |
| земельна зарптість | 1011 | 1562.3 | 1575.0 |
| засоби | 1012 | (778.2) | (868.1) |
| необоротні біологічні активи | 1020 | - | - |
| необоротні фінансові інвестиції | 1030 | - | - |
| необоротні активи | 1090 | - | - |
| за розділом I | 1095 | 785.7 | 708.5 |
| II. Оборотні активи | | | |
| засоби | 1100 | 639.0 | 552.3 |
| числі готова продукція | 1103 | 557.8 | 415.6 |
| необоротні біологічні активи | 1110 | - | - |
| заборгованість за товари, роботи, послуги | 1125 | 114.3 | 152.6 |
| заборгованість за розрахунками з | 1135 | 0.9 | 33,8 |
| числі з податку на прибуток | 1136 | - | - |
| дебіторська заборгованість | 1155 | 83.0 | 92.5 |
| фінансові інвестиції | 1160 | - | - |
| еквіваленти | 1165 | 58.9 | 323.0 |
| майбутніх періодів | 1170 | 16.1 | 17.0 |
| оборотні активи | 1190 | 44.1 | 11.0 |
| за розділом II | 1195 | 956.3 | 1182.2 |
| оборотні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття | 1200 | - | - |
| засоби | 1300 | 1742.0 | 1890.7 |

| 1 | Код рядка | На початок звітного року | На кінець звітного періоду |
|--|-------------|--------------------------|----------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| I. Власний капітал | | | |
| Зареєстрований (пайовий) капітал | 1400 | 30.0 | 30.0 |
| Додатковий капітал | 1410 | - | - |
| Резервний капітал | 1415 | - | - |
| Нерозподілений прибуток (непокритий збиток) | 1420 | 1098.3 | 1419.3 |
| Неоплачений капітал | 1425 | (-) | (-) |
| Усього за розділом I | 1495 | 1128.3 | 1449.3 |
| II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення | | | |
| III. Поточні зобов'язання | | | |
| Короткострокові кредити банків | 1600 | - | - |
| Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями | 1610 | - | - |
| товари, роботи, послуги | 1615 | 158.2 | 88.3 |
| розрахунками з бюджетом | 1620 | 30.3 | 116.7 |
| у тому числі з податку на прибуток | 1621 | - | - |
| розрахунками зі страхування | 1625 | 15.7 | 41.2 |
| розрахунками з оплати праці | 1630 | 27.6 | 76.1 |
| Доходи майбутніх періодів | 1665 | - | - |
| Інші поточні зобов'язання | 1690 | 381.9 | 119.1 |
| Усього за розділом III | 1695 | 613.7 | 441.4 |
| IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття | 1700 | - | - |
| Баланс | 1900 | 1742.0 | 1890.7 |

2. Звіт про фінансові результати
за рік 20 15 р.

| Стаття | Код рядка | За звітний період | За аналогічний період попереднього року |
|--|-------------|-------------------|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) | 2000 | 6698.7 | 3701.3 |
| Інші операційні доходи | 2120 | 40.0 | 76.6 |
| Інші доходи | 2240 | - | - |
| Разом доходи (2000 + 2120 + 2240) | 2280 | 6738.7 | 3777.9 |
| Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) | 2050 | (5496.3) | (3254.8) |
| Інші операційні витрати | 2180 | (871.8) | (606.8) |
| Інші витрати | 2270 | (4.7) | (-) |
| Разом витрати (2050 + 2180 + 2270) | 2285 | (6372.8) | (3861.6) |
| Фінансовий результат до оподаткування (2280 - 2285) | 2290 | 365.9 | -83.7 |
| Податок на прибуток | 2300 | (44,9) | (-) |
| Чистий прибуток (збиток) (2290 - 2300) | 2350 | 321.0 | -83.7 |

Керівник

Головний бухгалтер



Стецький Л.В.

Яцура Л.Б.

ДОДАТОК В

Додаток 1
до Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 25
"Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва"

ФІНАНСОВИЙ ЗВІТ
суб'єкта малого підприємництва

КОДИ

| | | | |
|---|------------|----|----|
| Дата (рік, місяць, число) | 2017 | 01 | 01 |
| Підприємство <u>ТзОВ «ВП Будпромвиріб»</u> за ЄДРПОУ | 33321489 | | |
| Територія <u>приватна</u> за КОАТУУ | 4625380601 | | |
| Організаційно-правова форма господарювання <u>приватна</u> за КОПФГ | 10 | | |
| Вид економічної діяльності <u>виготовлення виробів із бетону для будівництва</u> за КВЕД | 23.61 | | |
| Середня кількість працівників, осіб <u>36</u> | | | |
| Одиниця виміру: <u>тис.грн</u> з одним десятковим знаком | | | |
| Адреса, телефон <u>82435 Львівська обл. Стрийський р-н с.Грабовець вул.Поповича,52-А тел 0507131509</u> | | | |

1. Баланс
на 01 січня 20 17 р.

Форма № 1-м

Код за ДКУД

1801006

| Актив | Код рядка | На початок звітного року | На кінець звітного періоду |
|---|-------------|--------------------------|----------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| I. Необоротні активи | | | |
| Незавершені капітальні інвестиції | 1005 | 1.6 | 11.3 |
| Основні засоби: | 1010 | 706.9 | 634.1 |
| первісна вартість | 1011 | 1575.0 | 1583.3 |
| знос | 1012 | (868.1) | (949.1) |
| Довгострокові біологічні активи | 1020 | - | - |
| Довгострокові фінансові інвестиції | 1030 | - | - |
| Інші необоротні активи | 1090 | - | - |
| Усього за розділом I | 1095 | 708.5 | 645.5 |
| II. Оборотні активи | | | |
| Запаси: | 1100 | 552.3 | 689.4 |
| у тому числі готова продукція | 1103 | 415.6 | 519.0 |
| Поточні біологічні активи | 1110 | - | - |
| Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги | 1125 | 152.6 | 110.5 - 12,4 |
| Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом | 1135 | 33,8 | 19,4 |
| у тому числі з податку на прибуток | 1136 | - | - |
| Інша поточна дебіторська заборгованість | 1155 | 92.5 | 78.5 |
| Поточні фінансові інвестиції | 1160 | - | - |
| Гроші та їх еквіваленти | 1165 | 323.0 | 205.3 |
| Витрати майбутніх періодів | 1170 | 17.0 | 16.5 |
| Інші оборотні активи | 1190 | 11.0 | 25.4 |
| Усього за розділом II | 1195 | 1182.2 | 1145.0 |
| III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття | 1200 | - | - |
| Баланс | 1300 | 1890.7 | 1790.5 |

| Пасив | Код рядка | На кінець звітної періоду | На кінець звітної періоду |
|---|-------------|---------------------------|---------------------------|
| 1 | 2 | 4 | 4 |
| I. Власний капітал | | | |
| Зареєстрований (пайовий) капітал | 1400 | 30.0 | 30.0 |
| Додатковий капітал | 1410 | - | - |
| Резервний капітал | 1415 | - | - |
| Нерозподілений прибуток (непокритий збиток) | 1420 | 1419.3 | 1240.0 |
| Неоплачений капітал | 1425 | (-) | (-) |
| Усього за розділом I | 1495 | 1449.3 | 1270.0 |
| II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення | | | |
| III. Поточні зобов'язання | | | |
| Короткострокові кредити банків | 1600 | - | - |
| Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями | 1610 | - | - |
| товари, роботи, послуги | 1615 | 88.3 | 121.6 |
| розрахунками з бюджетом | 1620 | 116.7 | 83.5 |
| у тому числі з податку на прибуток | 1621 | - | - |
| розрахунками зі страхування | 1625 | 41.2 | 28.6 |
| розрахунками з оплати праці | 1630 | 76.1 | 93.3 |
| Доходи майбутніх періодів | 1665 | - | - |
| Інші поточні зобов'язання | 1690 | 119.1 | 193.5 |
| Усього за розділом III | 1695 | 441.4 | 520.5 |
| IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття | 1700 | - | - |
| Баланс | 1900 | 1890.7 | 1790.5 |

2. Звіт про фінансові результати
за рік 20 16 р.

| Стаття | Код рядка | За звітний період | За аналогічний період попереднього року |
|--|-------------|-------------------|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) | 2000 | 7377.2 | 6698.7 |
| Інші операційні доходи | 2120 | 135.8 | 40.0 |
| Інші доходи | 2240 | - | - |
| Разом доходи (2000 + 2120 + 2240) | 2280 | 7513.0 | 6738.7 |
| Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) | 2050 | (6449.6) | (5496.3) |
| Інші операційні витрати | 2180 | (1242.7) | (871.8) |
| Інші витрати | 2270 | (-) | (4.7) |
| Разом витрати (2050 + 2180 + 2270) | 2285 | (7692.3) | (6372.8) |
| Фінансовий результат до оподаткування (2280 - 2285) | 2290 | -179.3 | 365.9 |
| Податок на прибуток | 2300 | (-) | (44,9) |
| Чистий прибуток (збиток) (2290 - 2300) | 2350 | - 179.3 | 321.0 |

Керівник

_____ Стецький Л.В.

Головний бухгалтер

_____ Яцура Л.Б.



ДОДАТОК Д

Додаток 1
до Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 25
"Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва"



ФІНАНСОВИЙ ЗВІТ
суб'єкта малого підприємництва

КОДИ

Дата (рік, місяць, число)

| | | | | |
|--|-----------|------------|----|----|
| Підприємство <u>ТзОВ «ВП Будпромвиріб»</u> | за ЄДРПОУ | 2018 | 01 | 01 |
| Територія <u>приватна</u> | за КОАТУУ | 33321489 | | |
| Організаційно-правова форма господарювання <u>приватна</u> | за КОПФГ | 4625380601 | | |
| Вид економічної діяльності <u>виготовлення виробів із бетону для будівництва</u> | за КВЕД | 10 | | |
| Середня кількість працівників, осіб <u>37</u> | | 23.61 | | |

Одиниця виміру: тис.грн з одним десятковим знаком
Адреса, телефон 82435 Львівська обл. Стрийський р-н с.Грабовець
вул.Поповича,52-А тел 0507131509

1. Баланс
на 01 січня 2018р.

Форма № 1-м

Код за ДКУД

1801006

| Актив | Код рядка | На початок звітного року | На кінець звітного періоду |
|---|-------------|--------------------------|----------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| I. Необоротні активи | | | |
| Незавершені капітальні інвестиції | 1005 | 11.3 | 0.8 |
| Основні засоби: | 1010 | 634.1 | 677.1 |
| первісна вартість | 1011 | 1583.3 | 1708.4 |
| знос | 1012 | (949.1) | (1031.3) |
| Довгострокові біологічні активи | 1020 | - | - |
| Довгострокові фінансові інвестиції | 1030 | - | - |
| Інші необоротні активи | 1090 | - | - |
| Усього за розділом I | 1095 | 645.5 | 677.9 |
| II. Оборотні активи | | | |
| Запаси: | 1100 | 689.4 | 936.8 |
| у тому числі готова продукція | 1103 | 519.0 | 717.5 |
| Поточні біологічні активи | 1110 | - | - |
| Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги | 1125 | 110.5 | 78.0 |
| Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом | 1135 | 19,4 | 1,9 |
| у тому числі з податку на прибуток | 1136 | - | - |
| Інша поточна дебіторська заборгованість | 1155 | 78.5 | 86.3 |
| Поточні фінансові інвестиції | 1160 | - | - |
| Гроші та їх еквіваленти | 1165 | 205.3 | 35.7 |
| Витрати майбутніх періодів | 1170 | 16.5 | 16.0 |
| Інші оборотні активи | 1190 | 25.4 | 32.2 |
| Усього за розділом II | 1195 | 1145.0 | 1186.9 |
| III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття | 1200 | - | - |
| Баланс | 1300 | 1790.5 | 1864.8 |

| Пасив | Код рядка | На кінець звітнього періоду | На кінець звітнього періоду |
|--|-------------|-----------------------------|-----------------------------|
| 1 | 2 | 4 | 4 |
| I. Власний капітал | | | |
| Зареєстрований (пайовий) капітал | 1400 | 30.0 | 30.0 |
| Додатковий капітал | 1410 | - | - |
| Резервний капітал | 1415 | - | - |
| Нерозподілений прибуток (непокритий збиток) | 1420 | 1240.0 | 1017.2 |
| Неоплачений капітал | 1425 | (-) | (-) |
| Усього за розділом I | 1495 | 1270.0 | 1047.2 |
| II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення | | | |
| III. Поточні зобов'язання | | | |
| Короткострокові кредити банків | 1600 | - | - |
| Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями | 1610 | - | - |
| товари, роботи, послуги | 1615 | 121.6 | 271.9 |
| розрахунками з бюджетом | 1620 | 83.5 | 54.2 |
| у тому числі з податку на прибуток | 1621 | - | - |
| розрахунками зі страхування | 1625 | 28.6 | 23.1 |
| розрахунками з оплати праці | 1630 | 93.3 | 82.2 |
| Доходи майбутніх періодів | 1665 | - | - |
| Інші поточні зобов'язання | 1690 | 193.5 | 386.2 |
| Усього за розділом III | 1695 | 520.5 | 817.6 |
| IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття | 1700 | - | - |
| Баланс | 1900 | 1790.5 | 1864.8 |

2. Звіт про фінансові результати
за 2017 р

| Стаття | Код рядка | За звітний період | За аналогічний період попереднього року |
|--|-------------|-------------------|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) | 2000 | 6754.3 | 7377.2 |
| Інші операційні доходи | 2120 | 45.2 | 135.8 |
| Інші доходи | 2240 | - | - |
| Разом доходи (2000 + 2120 + 2240) | 2280 | 6799.5 | 7513.0 |
| Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) | 2050 | (5870.0) | (6449.6) |
| Інші операційні витрати | 2180 | (1152.3) | (1242.7) |
| Інші витрати | 2270 | (-) | (-) |
| Разом витрати (2050 + 2180 + 2270) | 2285 | (7022.3) | (7692.3) |
| Фінансовий результат до оподаткування (2280 - 2285) | 2290 | -222.8 | -179.3 |
| Податок на прибуток | 2300 | (-) | (-) |
| Чистий прибуток (збиток) (2290 - 2300) | 2350 | - 222.8 | -179.3 |

Керівник

Стецький Л.В.

Головний бухгалтер

Яцура Л.Б.

ЗАТВЕРДЖУЮ:

Директор ТзОВ "ВП Будпромвиріб" / СТЕЦЬКИЙ Л В /

0503702647

fbpv@mail.lviv.ua

м. Стрий

Ц і н и на з/б вироби

ТзОВ "ВП Будпромвиріб"

з 16 квітня 2017 р.

ПЕРЕМІЧКИ :

| <u>№</u> <u>п/п</u> | <u>назва</u> <u>виробу</u> | <u>/об'єм/</u> <u>МЗ</u> | <u>/вага/</u> <u>тн</u> | <u>відпускна</u> <u>ціна ПДВ</u> |
|------------------------|-------------------------------|-----------------------------|----------------------------|-------------------------------------|
| 1. | 2 ПБ 13-1-П | /0,022 | 0,055 | 126,00 |
| 2. | 2 ПБ 16-2-П | /0,026 | 0,065 | 144,00 |
| 3. | 2 ПБ 19-3-П | /0,033 | 0,0825 | 192,00 |
| 4. | 2 ПБ 22-3-П | /0,037 | 0,0925 | 207,00 |
| 5. | 2 ПБ 25-3-П | /0,041 | 0,0984 | 237,0 |
| 6. | 2 ПБ 26-4-П | /0,044 | 0,1056 | 234,0 |
| 7. | 2 ПБ 29-4-П | /0,048 | 0,1152 | 288,0 |
| 8. | 2 ПБ 30-4-П | /0,050 | 0,1200 | 300,0 |
| 12. | 3 ПБ 13-37-П | /0,034 | 0,0816 | 234,0 |
| 13. | 3 ПБ 16-37-П | /0,041 | 0,0984 | 273,0 |
| 14. | 3 ПБ 18-37-П | /0,048 | 0,1152 | 324,0 |
| 15. | 3 ПБ 21-8-П | /0,055 | 0,1320 | 339,0 |
| 16. | 3 ПБ 25-8-П | /0,065 | 0,1560 | 384,0 |
| 17. | 3 ПБ 27-8-П | /0,072 | 0,1728 | 414,0 |
| 18. | 3 ПБ 30-8-П | /0,079 | 0,1896 | 459,0 |
| 19. | 3 ПБ 34-4-П | /0,089 | 0,2136 | 522,0 |
| 20. | 3 ПБ 36-4-П | /0,096 | 0,2304 | ,0 |
| 21. | 3 ПБ 39-8-П | /0,103 | 0,2472 | ,0 |
| 22. | 4 ПБ 44-8-П | /0,154 | 0,3696 | |
| 23. | 4 ПБ 48-8-П | /0,167 | 0,4008 | |
| 24. | 4 ПБ 60-8-П | /0,207 | 0,4968 | |
| 25. | 5 ПБ 18-27-П | /0,100 | 0,2400 | |
| 26. | 5 ПБ 21-27-П | /0,114 | 0,2736 | 828,0 |
| 27. | 5 ПБ 25-27-П | /0,135 | 0,3240 | ,0 |
| 28. | 5 ПБ 25-37-П | /0,135 | 0,3240 | 960,0 |
| 29. | 5 ПБ 27-27-П | /0,150 | 0,3600 | ,0 |
| 30. | 5 ПБ 27-37-П | /0,150 | 0,3600 | 1188,0 |
| 31. | 5 ПБ 30-27-П | /0,164 | 0,3936 | ,0 |
| 32. | 5 ПБ 30-37-П | /0,164 | 0,3936 | 1506,0 |
| 33. | 5 ПБ 31-27-П | /0,171 | 0,4104 | 0 |
| 34. | 5 ПБ 34-20-П | /0,185 | 0,4440 | ,0 |
| 35. | 5 ПБ 36-20-П | /0,200 | 0,4800 | |

| | | | |
|---------------|--------------|--------------|--------------|
| 36. ЗПП 16-71 | _____ /0,130 | _____ 0,3120 | _____ |
| 37. ЗПП 18-71 | _____ /0,151 | _____ 0,3624 | _____ |
| 38. ЗПП 21-71 | _____ /0,173 | _____ 0,4152 | _____ 1866,0 |
| 39. ЗПП 27-71 | _____ /0,230 | _____ 0,5520 | _____ 2400,0 |

ПРОГОНИ

| | | | |
|------------------|----------------|-------------|---------------|
| 1. ПРГ 28.1.3-4Г | _____ / 0,1 / | _____ 0,250 | _____ 900,00 |
| 2. ПРГ 32.1.4-4Г | _____ / 0,15 / | _____ 0,375 | _____ 1320,00 |
| 3. ПРГ 36.1.4-4Г | _____ / 0,17 / | _____ 0,425 | _____ 1560,00 |
| 4. ПРГ 60.2.5-4Г | _____ / 0,6 / | _____ 1,500 | _____ ,00 |

ОПОРНІ ПЛИТИ

| | | | |
|-------------|----------------|-------------|-----------|
| 1. ОП 4.4-Г | _____ / 0,02 / | _____ 0,050 | _____ ,00 |
| 1. ОП 5.2-Г | _____ / 0,02 / | _____ 0,050 | _____ ,00 |
| 1. ОП 5.4-Г | _____ / 0,03 / | _____ 0,075 | _____ ,00 |

Бордю́р $l = 1$ м

| | | | |
|-------------|-----------------|-------------|-------------|
| Бордю́р Б-1 | _____ / 0,045 / | _____ 0,108 | _____ 106,0 |
|-------------|-----------------|-------------|-------------|

Стовп огоро́дження $l = 3$ м /0,051м³/ **179,0**

КІЛЬЦЯ, ПЛИТИ, ДНИЩА

СЕРІЯ 3.900-3 випуск 7

| назва виробу | об'єм | | вага тн | відпускна ціна з ПДВ |
|--------------------|-----------|-------|------------|-------------------------|
| | МЗ | | | |
| Кільце КЦ 7-9 | / 0,15 / | 0,375 | 690,00 | |
| Кільце КЦ 7-6 | / 0,10 / | 0,250 | 570,00 | |
| Кільце КЦ 7-3 | / 0,050 / | 0,125 | 390,00 | |
| Кільце КЦ-10-9 | / 0,240 / | 0,600 | 960,00 | |
| Кільце КЦ-10-6 | / 0,160 / | 0,400 | 720,00 | |
| Кільце КЦ-10-3 | / 0,080 / | 0,200 | 495,00 | |
| Кільце КЦ-15-9 | / 0,400 / | 1,00 | 1710,00 | |
| Кільце КЦ-15-6 | / 0,267 / | 0,668 | 1320,00 | |
| Кільце КЦ-15-3 | / 0,133 / | 0,332 | 900,00 | |
| Кільце КЦ-20-9 | / 0,590 / | 1,475 | 2625,00 | |
| Кільце КЦ-20-6 | / 0,393 / | 0,982 | 1950,00 | |
| Кільце КЦ-20-3 | / 0,197 / | 0,492 | 1170,00 | |
| Плита опорна КЦО-1 | / 0,020 / | 0,050 | 285,00 | |
| Плита КЦП-10-2 | / 0,106 / | 0,265 | 960,00 | |
| Плита КЦП-10-2-Л | / 0,106 / | 0,265 | 1320,00 | |
| Плита КЦП-15-2 | / 0,270 / | 0,675 | 1935,00 | |
| Плита КЦП-15-2-Л | / 0,260 / | 0,650 | 2340,00 | |
| Кришка люка | / 0,038 / | 0,095 | 420,00 | |
| Плита КЦП-20-2 | / 0,510 / | 1,275 | 3360,00 | |
| Плита КЦД -7-1 | / 0,044 / | 0,110 | 300,00 | |
| Днище КЦД-10-1 | / 0,180 / | 0,340 | 825,00 | |
| Днище КЦД-15-1 | / 0,380 / | 0,697 | 1890,00 | |
| Днище КЦД-20-1 | / 0,590 / | 1,475 | 2760,00 | |
| Плита ПД 6 | / 0,85 / | 2,125 | 5580,00 | |

Лотки

| | | | |
|-------------------------|-----------|-------|---------|
| Лоток ЛВ-1 (250x300Н) | / 0,140 / | 0,350 | 740,00 |
| Лоток ЛВ-3 (400x300Н) | / 0,16 / | 0,385 | 825,00 |
| Лоток Л4-8-1 (610x450Н) | / 0,375 / | 0,935 | 2595,00 |
| Лоток Л8-8-1(1060x900Н) | / 0,82 / | 2,050 | 4240,0 |

БЛОКИ

| | | | |
|-----------------|--------------------|--------------|---------------|
| Блок ФБС 24*3*6 | <u>/ 0,406м3 /</u> | <u>0,975</u> | <u>660,00</u> |
| Блок ФБС 24*4*6 | <u>/ 0,543м3 /</u> | <u>1,303</u> | <u>795,00</u> |
| Блок ФБС 24*5*6 | <u>/ 0,679м3 /</u> | <u>1,630</u> | <u>990,00</u> |
| Блок ФБС 24*6*6 | <u>/ 0,815м3 /</u> | <u>1,956</u> | <u>,00</u> |
| Блок ФБС 12*3*6 | <u>/ 0,205м3 /</u> | <u>0,492</u> | <u>360,00</u> |
| Блок ФБС 12*4*6 | <u>/ 0,265м3 /</u> | <u>0,636</u> | <u>435,00</u> |
| Блок ФБС 12*5*6 | <u>/ 0,339м3 /</u> | <u>0,814</u> | <u>675,00</u> |
| Блок ФБС 12*6*6 | <u>/ 0,407м3 /</u> | <u>0,977</u> | <u>,00</u> |
| Блок ФБС 8*3*6 | <u>/ 0,135м3 /</u> | <u>0,324</u> | <u>270,00</u> |
| Блок ФБС 8*4*6 | <u>/ 0,180м3 /</u> | <u>0,432</u> | <u>360,0</u> |
| Блок ФБС 8*5*6 | <u>/ 0,225м3 /</u> | <u>0,540</u> | <u>525,00</u> |
| Блок ФБС 8*6*6 | <u>/ 0,271м3 /</u> | <u>0,650</u> | <u>,00</u> |

Фундаментні подушки

**Виготовляємо від ФЛ-6-24 до ФЛ-20-24 включно з
добрними елементами L=800 ,L=1200 всіх класів
нагрузок згідно ГОСТ 13580-85**

M100=1440

M150=1530

M200=1605

M250=1785

M300=1905

M350=1995

M400=2085

Серія ААБ № 853583

ВИПИСКА

**З ЄДИНОГО ДЕРЖАВНОГО РЕЄСТРУ ЮРИДИЧНИХ ОСІБ
ТА ФІЗИЧНИХ ОСІБ-ПІДПРИЄМЦІВ**

**ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ
"ВИРОБНИЧЕ ПІДПРИЄМСТВО "БУДПРОМВИРІБ"**

Ідентифікаційний код юридичної особи:
33321489

Місцезнаходження юридичної особи:
82400, ЛЬВІВСЬКА ОБЛ., СТРИЙСЬКИЙ РАЙОН, СЕЛО ГРАВОВЕЦЬ, ВУЛИЦЯ
ПОПОВИЧА, БУДИНОК 52А

*Дата та номер запису в Єдиному державному реєстрі юридичних осіб та фізичних
осіб - підприємців:*
10.01.2005 № 1 410 102 0000 000050

Прізвище, ім'я та по батькові осіб, які мають право вчиняти юридичні дії від імені юридичної особи без довіреності, у тому числі підписувати договори, та наявність обмежень щодо представництва від імені юридичної особи або фізичної особи - підприємця

СТЕЦЬКИЙ ЛЕОНІД ВАСИЛЬОВИЧ, СТЕЦЬКИЙ ЛЕОНІД ВАСИЛЬОВИЧ -
керівник, ФЕДОРОВ'ЯТ ІГОР ЯРОСЛАВОВИЧ

Наявність даних про перебування юридичної особи в процесі припинення підприємницької діяльності:
відомості відсутні

Наявність даних про порушення провадження у справі про банкрутство щодо юридичної особи :
відомості відсутні

Дата видачі виписки:
13.02.2012

Державний реєстратор



БЕРНИК І.І.



ДЕРЖАВНА СЛУЖБА СТАТИСТИКИ УКРАЇНИ
ГОЛОВНЕ УПРАВЛІННЯ СТАТИСТИКИ У ЛЬВІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ
УПРАВЛІННЯ СТАТИСТИКИ У СТРИЙСЬКОМУ РАЙОНІ
вул. Бачинської, 1а, м. Стрий, Львівська обл., 82400
тел. (03245) 5-31-16, E-mail: stat_stry_lv@ukpost.ua

ЗАТВЕРЖЕНО
Наказ Держкомстату України
12.06.2007 № 164

ДОВІДКА АБ № 591292
З ЄДИНОГО ДЕРЖАВНОГО РЕЄСТРУ
ПІДПРИЄМСТВ ТА ОРГАНІЗАЦІЙ УКРАЇНИ (ЄДРПОУ)

ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ
"ВИРОБНИЧЕ ПІДПРИЄМСТВО "БУДПРОМВИРІБ"

Ідентифікаційний код 33321489 Правовий статус суб'єкта ЮРИДИЧНА ОСОБА

Керівник СТЕЦЬКИЙ ЛЕОНІД ВАСИЛЬОВИЧ Телефон 44145

Класифікаційні дані:

Місцезнаходження за КОАТУУ 4625380601 82400 ЛЬВІВСЬКА ОБЛ., СТРИЙСЬКИЙ Р-Н,
С.ГРАБОВЕЦЬ, ВУЛИЦЯ ПОПОВИЧА,
БУДИНОК 52А

Організаційно-правова форма за КОПФГ 240 ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ

Види діяльності за КВЕД-2010
23.61 Виготовлення виробів із бетону для будівництва

25.11 Виробництво будівельних металевих конструкцій і частин конструкцій

41.20 Будівництво житлових і нежитлових будівель

46.73 Оптова торгівля деревиною, будівельними матеріалами та санітарно-технічним обладнанням

46.74 Оптова торгівля залізними виробами, водопровідним і опалювальним устаткуванням і приладдям до нього

47.19 Інші види роздрібною торгівлі в неспеціалізованих магазинах

Інституційний сектор економіки за КІСЕ S.11002 Приватні нефінансові корпорації

ДОДАТОК Л

"Затверджую"

Директор ВП ТзОВ "Будпромвиріб"

(Стецький Л. В.)

1 Серпня 2018 р.

ПЛАНОВІ НОРМИ ЗАТРАТ

Продукція : Плита 1П30-15-30Од. вим. шт

Матеріальні витрати

| № п/п | Назва матеріалу | Од. вим | К-сть |
|---------------|---------------------------|---------|--------------|
| 1 | Катанка 6,5 А I (0,260) | тн | 0.003 |
| 2 | Арматура 10 А III (0,616) | тн | 0.035 |
| 3 | Арматура 14 А III (1,21) | тн | 0.011 |
| 4 | Арматура 12 А III (0,888) | тн | 0.047 |
| 5 | Електроди АНО ф4 | кг | 0.9 |
| 6 | Пісок | м3 | 0.77 |
| 7 | Цемент ПЦ I-500Н навал | т. | 0.459 |
| 8 | Щебінь ФР 05*20 мм | м3 | 1.2 |
| 9 | Добавка до бетону ZIMOBET | кг | 2.293 |
| 10 | Диз. паливо | літ | 1.1 |
| 11 | Дріт 4,0 ВР-1 (0,099) | тн | 0.001 |
| Всього | | | 6.819 |

| | |
|-----------------------------------|---------|
| Сума планових матеріальних витрат | 3136.86 |
|-----------------------------------|---------|

Додаткові витрати

| № п/п | Назва витрати | Од. вим | К-сть | План. дод. затрати, грн |
|-------|---|---------|------------|-------------------------|
| 1 | Транспортно- складські витрати | % | 15 | 470.53 |
| 2 | Трудозатрати - розряд | розр. | Розряд 3,8 | - |
| 3 | Трудозатрати - години основної зарплата | год | 11 | 323.18 |
| 4 | Додаткова зарплата | % | 12 | 38.78 |
| 5 | Відрахування на соціальні заходи | % | 22 | 79.63 |
| 6 | Загально-виробничі витрати | % | 200 | 646.36 |
| 7 | Адміністративні витрати | % | 100 | 323.18 |
| 8 | Рентабельність | % | 8 | 401.48 |

| | |
|----------------------------|---------|
| Виробнича собівартість | 4695.34 |
| Ціна виробника, грн | 5420.00 |
| ПДВ, грн | 1084.00 |
| Планово-відпусна ціна, грн | 6504.00 |

Інженер ВТВ

"Затверджую"

Директор ВП ТзОВ "Будпромвиріб"

(Стецький Л. В.)

1 Серпня 2018 р.

ПЛАНОВІ НОРМИ ЗАТРАТ

Продукція : 2 ПБ-19- 3 ПОд. вим. шт

Матеріальні витрати

| № п/п | Назва матеріалу | Од. вим | К-сть |
|--------|---------------------------|---------|----------|
| 1 | Дріт 4,0 ВР-1 (0,099) | тн | 0.00095 |
| 2 | Катанка 6,5 А I (0,260) | тн | 0.00098 |
| 3 | Добавка до бетону ZIMOVET | кг | 0.055 |
| 4 | Цемент ПЦ I-500Н навал | т. | 0.010976 |
| 5 | Пісок | м3 | 0.017 |
| 6 | Щебінь ФР 05*20 мм | м3 | 0.033 |
| 7 | Диз. паливо | літ | 0.034 |
| Всього | | | 0.151906 |

Сума планових матеріальних витрат

69.7

Додаткові витрати

| № п/п | Назва витрати | Од. вим | К-сть | План. дод. затрати, грн |
|-------|--|---------|------------|-------------------------|
| 1 | Транспортно- складські витрати | % | 15 | 10.46 |
| 2 | Трудозатрати - розряд | розр. | Розряд 3,8 | - |
| 3 | Трудозатрати - години основної зарплат | год | 0.53 | 15.57 |
| 4 | Додаткова зарплата | % | 12 | 1.87 |
| 5 | Відрахування на соціальні заходи | % | 22 | 3.84 |
| 6 | Загально-виробничі витрати | % | 200 | 31.14 |
| 7 | Адміністративні витрати | % | 100 | 15.57 |
| 8 | Рентабельність | % | 8 | 11.85 |

| | |
|-----------------------------|--------|
| Виробнича собівартість | 132.57 |
| Ціна виробника, грн | 160.00 |
| ПДВ, грн | 32.00 |
| Планово-відпускна ціна, грн | 192.00 |

Інженер ВТВ _____



"Затверджую"

Директор ВП/ТЗОВ "Будпромвиріб"

(Стецький Л. В.)

Листопада 2018 р.

ПЛАНОВІ НОРМИ ЗАТРАТ

Продукція : Кільце КЦ-10-9Од. вим. шт

Матеріальні витрати

| № п/п | Назва матеріалу | Од. вим | К-сть |
|--------|---------------------------|---------|-------|
| 1 | Катанка 6,5 А I (0,260) | тн | 0.001 |
| 2 | Дріт 4,0 ВР-1 (0,099) | тн | 0.003 |
| 3 | Добавка до бетону ZIMOVET | кг | 0.78 |
| 4 | Цемент ПЦ I-500Н навал | т. | 0.078 |
| 5 | Пісок | м3 | 0.141 |
| 6 | Щебінь ФР 05*20 мм | м3 | 0.241 |
| 7 | Диз. паливо | літ | 0.245 |
| Всього | | | 1.489 |

| | |
|-----------------------------------|--------|
| Сума планових матеріальних витрат | 330.69 |
|-----------------------------------|--------|

Додаткові витрати

| № п/п | Назва витрати | Од. вим | К-сть | План. дод. затрати, грн |
|-------|---|---------|------------|-------------------------|
| 1 | Транспортно-складські витрати | % | 15 | 49.60 |
| 2 | Трудозатрати - розряд | розр. | Розряд 3,8 | - |
| 3 | Трудозатрати - години основної зарплати | год | 2.81 | 82.56 |
| 4 | Додаткова зарплата | % | 12 | 9.91 |
| 5 | Відрахування на соціальні заходи | % | 22 | 20.34 |
| 6 | Загально-виробничі витрати | % | 200 | 165.12 |
| 7 | Адміністративні витрати | % | 100 | 82.56 |
| 8 | Рентабельність | % | 8 | 59.26 |

| | |
|-----------------------------|--------|
| Виробнича собівартість | 658.22 |
| Ціна виробника, грн | 800.04 |
| ПДВ, грн | 160.01 |
| Планово-відпускна ціна, грн | 960.00 |

Інженер ВТВ _____

"Затверджую"



Директор ВП ТзОВ "Будпромвиріб"

(Стецький Л. В.)

1 листопада 2018 р.

ПЛАНОВІ НОРМИ ЗАТРАТ

Продукція : **Бетон М:250**Од. вим. **м3**

Матеріальні витрати

| № п/п | Назва матеріалу | Од. вим | К-сть |
|---------------|---------------------------|---------|-------------|
| 1 | Добавка до бетону ZIMOVET | кг | 3.58 |
| 2 | Цемент ПЦ І-500Н навал | т. | 0.36 |
| 3 | Щебінь ФР 05*20 мм | м3 | 1 |
| 4 | Пісок | м3 | 0.59 |
| Всього | | | 5.53 |

Сума планових матеріальних витрат

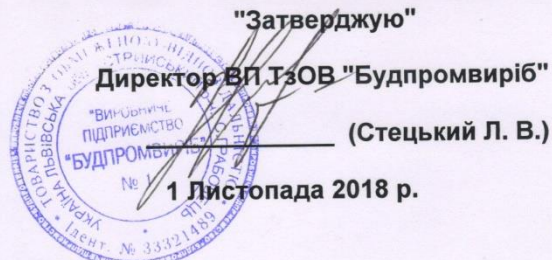
1058.23

Додаткові витрати

| № п/п | Назва витрати | Од. вим | К-сть | План. дод. затрати, грн |
|-------|---|---------|------------|-------------------------|
| 1 | Транспортно-складські витрати | % | 15 | 158.73 |
| 2 | Трудозатрати - розряд | розр. | Розряд 3,8 | - |
| 3 | Трудозатрати - години основної зарплати | год | 1.25 | 36.73 |
| 4 | Додаткова зарплата | % | 12 | 4.41 |
| 5 | Відрахування на соціальні заходи | % | 22 | 9.05 |
| 6 | Загально-виробничі витрати | % | 200 | 73.45 |
| 7 | Адміністративні витрати | % | 100 | 36.73 |
| 8 | Рентабельність | % | 8 | 110.19 |

| | |
|-----------------------------|---------|
| Виробнича собівартість | 1340.60 |
| Ціна виробника, грн | 1487.51 |
| ПДВ, грн | 297.50 |
| Планово-відпускна ціна, грн | 1785.00 |

Інженер ВТВ _____



ПЛАНОВІ НОРМИ ЗАТРАТ

Продукція : **Блок ФБС 24*4*6**

Од. вим. **шт**

Матеріальні витрати

| № п/п | Назва матеріалу | Од. вим | К-сть |
|---------------|---------------------------|---------|--------------|
| 1 | Круг 8 А I (0,395) | тн | 0.001 |
| 2 | Добавка до бетону ZIMOBET | кг | 1.108 |
| 3 | Цемент ПЦ I-500Н навал | т. | 0.11 |
| 4 | Щебінь ФР 05*20 мм | м3 | 0.546 |
| 5 | Пісок | м3 | 0.32 |
| 6 | Диз. паливо | літ | 0.554 |
| Всього | | | 2.639 |

| | |
|--|---------------|
| Сума планових матеріальних витрат | 466.48 |
|--|---------------|

Додаткові витрати

| № п/п | Назва витрати | Од. вим | К-сть | План. дод. затрати, грн |
|-------|---|---------|------------|-------------------------|
| 1 | Транспортно-складські витрати | % | 15 | 69.97 |
| 2 | Трудозатрати - розряд | розр. | Розряд 3,8 | - |
| 3 | Трудозатрати - години основної зарплати | год | 0.6 | 17.63 |
| 4 | Додаткова зарплата | % | 12 | 2.12 |
| 5 | Відрахування на соціальні заходи | % | 22 | 4.34 |
| 6 | Загально-виробничі витрати | % | 200 | 35.26 |
| 7 | Адміністративні витрати | % | 100 | 17.63 |
| 8 | Рентабельність | % | 8 | 49.07 |

| | |
|-----------------------------|---------------|
| Виробнича собівартість | 595.79 |
| Ціна виробника, грн | 662.50 |
| ПДВ, грн | 132.50 |
| Планово-відпускна ціна, грн | 795.00 |

Інженер ВТВ _____

ТзОВ "Виробниче підприємство Будпромвиріб"

Сформована 29.11.18 в 08:40:49

**Оборотно-сальдова відомість
за 2017 р.**

| Код | Рахунок Назва | Сальдо на початок періоду | | Обороти за період | | Сальдо на кінець періоду | |
|--------|----------------------------|---------------------------|--------------|-------------------|--------------|--------------------------|--------------|
| | | Дебет | Кредит | Дебет | Кредит | Дебет | Кредит |
| 01 | Орендовані необоротні ак | 1,479,912.86 | | | | 1,479,912.86 | |
| 10 | Основні засоби | 1,528,811.32 | | 128,651.32 | 1,125.00 | 1,656,337.64 | |
| 10.3 | Будинки та споруди | 1,119,597.31 | | 116,337.69 | | 1,235,935.00 | |
| 10.4 | Машини та обладнання | 186,755.81 | | 9,113.00 | | 195,868.81 | |
| 10.5 | Транспортні засоби | 62,039.40 | | | | 62,039.40 | |
| 10.6 | Інструменти, прилади та ін | 160,418.80 | | 3,200.63 | 1,125.00 | 162,494.43 | |
| 11 | Інші необоротні матеріаль | 40,943.06 | | 1,361.67 | 8,074.77 | 34,229.96 | |
| 11.2 | Малоцінні необоротні мате | 40,943.06 | | 1,361.67 | 8,074.77 | 34,229.96 | |
| 12 | Нематеріальні активи | 13,466.90 | | 10,825.45 | 6,434.90 | 17,857.45 | |
| 12.7 | Інші нематеріальні активи | 13,466.90 | | 10,825.45 | 6,434.90 | 17,857.45 | |
| 13 | Знос необоротних активів | | 949,089.08 | 15,634.67 | 97,877.15 | | 1,031,331.56 |
| 13.1 | Знос основних засобів | | 897,096.57 | 1,125.00 | 93,345.26 | | 989,316.83 |
| 13.2 | Знос інших необоротних м | | 40,943.06 | 8,074.77 | 1,361.67 | | 34,229.96 |
| 13.3 | Знос нематеріальних акти | | 11,049.45 | 6,434.90 | 3,170.22 | | 7,784.77 |
| 15 | Капітальні інвестиції | 11,327.12 | | 130,310.49 | 140,838.44 | 799.17 | |
| 15.2 | Придбання (виготовлення) | | | 125,450.69 | 125,450.69 | | |
| 15.3 | Придбання (виготовл) інш | 1,598.34 | | 3,763.13 | 4,562.30 | 799.17 | |
| 15.4 | Придбання (створення) не | 9,728.78 | | 1,096.67 | 10,825.45 | | |
| 20 | Виробничі запаси | 163,309.94 | | 3,868,390.74 | 3,820,450.88 | 211,249.80 | |
| 20.1 | Сировина й матеріали | 110,856.26 | | 3,590,199.97 | 3,531,728.80 | 169,327.43 | |
| 20.3 | Паливо | 3,384.32 | | 248,154.18 | 243,321.95 | 8,216.55 | |
| 20.4 | Тара й тарні матеріали | 1,215.00 | | 808.33 | | 2,023.33 | |
| 20.7 | Запасні частини | 28,472.55 | | 23,349.99 | 40,375.97 | 11,446.57 | |
| 20.9 | Інші матеріали | 19,297.81 | | 5,878.27 | 5,024.16 | 20,151.92 | |
| 20.9.0 | Інші матеріали | 19,297.81 | | 5,878.27 | 5,024.16 | 20,151.92 | |
| 20.90 | Інші матеріали без ПДВ | 84.00 | | | | 84.00 | |
| 22 | Малоцінні та швидкозношу | 7,042.42 | | 14,044.55 | 12,951.12 | 8,135.85 | |
| 22.1 | Малоцінні та швидкозношу | 7,042.42 | | 14,044.55 | 12,951.12 | 8,135.85 | |
| 23 | Виробництво | | | 5,802,629.48 | 5,802,629.48 | | |
| 23.3 | Прямі витрати | | | 5,802,629.48 | 5,802,629.48 | | |
| 26 | Готова продукція | 519,037.60 | | 5,764,343.57 | 5,565,908.27 | 717,472.90 | |
| 26.1 | Готова продукція | 491,929.04 | | 5,731,156.84 | 5,486,672.47 | 736,413.41 | |
| 26.2 | Готова продукція (відхиле | 27,108.56 | | 33,186.73 | 79,235.80 | -18,940.51 | |
| 30 | Каса | | | 1,540,758.00 | 1,540,758.00 | | |
| 30.1 | Каса в національній валют | | | 1,540,758.00 | 1,540,758.00 | | |
| 31 | Рахунки в банках | 205,315.29 | | 8,210,706.29 | 8,380,304.97 | 35,716.61 | |
| 31.1 | Поточні рахунки в націона | 205,309.86 | | 8,189,121.11 | 8,358,719.79 | 35,711.18 | |
| 31.3 | Інші рахунки в банку в нац | | | 11,500.00 | 11,500.00 | | |
| 31.5 | Поточні рахунки в націона | 5.43 | | | | 5.43 | |
| 31.7 | Поточні рахунки в націона | | | 100.00 | 100.00 | | |
| 31.9 | Інші рахунки в національн | | | 9,985.18 | 9,985.18 | | |
| 33 | Інші кошти | 19,363.10 | | 489,380.90 | 508,740.00 | 4.00 | |
| 33.6 | ПДВ рахунок в національн | 19,363.10 | | 489,380.90 | 508,740.00 | 4.00 | |
| 36 | Розрахунки з покупцями та | | 37,493.54 | 8,165,435.36 | 8,242,847.50 | | 114,905.68 |
| 36.1 | Розрахунки з вітчизняними | | 37,493.54 | 8,165,435.36 | 8,242,847.50 | | 114,905.68 |
| 37 | Розрахунки з різними дебі | | | 904.75 | 904.75 | | |
| 37.2 | Розрахунки з підзвітними с | | | 904.75 | 904.75 | | |
| 37.2.2 | В національній валюті госп | | | 904.75 | 904.75 | | |
| 38 | Резерв сумнівних боргів | | 14,524.30 | 14,524.30 | | | |
| 38.3 | Резерв сумнівних боргів /р | | 14,524.30 | 14,524.30 | | | |
| 39 | Витрати майбутніх періоді | 16,501.47 | | 19,030.66 | 19,499.12 | 16,033.01 | |
| 40 | Статутний капітал | | 30,000.00 | | | | 30,000.00 |
| 44 | Нерозподілені прибутки (н | | 1,240,045.63 | 273,358.48 | 50,472.67 | | 1,017,159.82 |
| 44.1 | Прибуток нерозподілений | | 1,240,045.63 | 273,358.48 | 50,472.67 | | 1,017,159.82 |
| 63 | Розрахунки з постачальни | 38,889.34 | | 4,546,373.44 | 4,698,127.13 | | 190,643.03 |
| 63.1 | Розрахунки з вітчизняними | 38,889.34 | | 4,546,373.44 | 4,698,127.13 | | 190,643.03 |
| 64 | Розрахунки за податками і | 73,153.76 | | 3,233,232.10 | 3,196,562.90 | | 36,484.56 |
| 64.1 | Розрахунки за податками | 81,598.53 | | 1,797,273.47 | 1,768,219.05 | | 52,544.11 |
| 64.1.1 | Прибутковий податок | 21,580.47 | | 403,485.50 | 400,262.96 | | 18,357.93 |
| 64.1.3 | Податок на додану вартіст | 59,743.51 | | 1,392,683.37 | 1,367,014.78 | | 34,074.92 |
| 64.1.4 | Місцеві податки | | 9.19 | 41.64 | 32.45 | | |
| 64.1.6 | Розрахунки за іншими под | | 265.36 | 1,062.96 | 908.86 | | 111.26 |
| 64.2 | Розрахунки за обов'язкови | | 1,892.73 | 34,005.87 | 33,814.03 | | 1,700.89 |
| 64.2.8 | Військовий збір | | 1,892.73 | 34,005.87 | 33,814.03 | | 1,700.89 |
| 64.3 | Податкові зобов'язання | 25,440.75 | | 517,450.16 | 510,736.73 | 32,154.18 | |
| 64.4 | Податковий кредит | | 15,103.25 | 884,502.60 | 883,793.09 | | 14,393.74 |

| | | | | | | | |
|-------|-----------------------------|--------------|--------------|---------------|---------------|--------------|--------------|
| 65 | Розрахунки за страхуванн | | 28,558.79 | 468,452.02 | 461,116.72 | | 21,223.49 |
| 65.1 | За пенсійним забезпеченн | | 28,558.79 | 456,534.08 | 451,063.23 | | 23,087.94 |
| 65.2 | За соціальним страхуванн | | | 11,917.94 | 10,053.49 | 1,864.45 | |
| 66 | Розрахунки з оплати праці | | 93,296.91 | 2,232,999.40 | 2,221,897.13 | | 82,194.64 |
| 66.1 | Розрахунки за заробітною | | 93,296.91 | 2,232,999.40 | 2,221,897.13 | | 82,194.64 |
| 68 | Розрахунки за іншими опе | | 20,066.87 | 690,218.37 | 844,045.11 | | 173,893.61 |
| 68.5 | Розрахунки з іншими кред | | 20,066.87 | 690,218.37 | 844,045.11 | | 173,893.61 |
| 70 | Доходи від реалізації | | | 8,105,087.73 | 8,105,087.73 | | |
| 70.1 | Дохід від реалізації готово | | | 8,105,087.73 | 8,105,087.73 | | |
| 71 | Інший операційний дохід | | | 54,227.63 | 54,227.63 | | |
| 71.7 | Дохід від кредиторської за | | | 5.63 | 5.63 | | |
| 71.9 | Інші доходи від операційнс | | | 54,222.00 | 54,222.00 | | |
| 79 | Фінансові результати | | | 7,072,788.85 | 7,072,788.85 | | |
| 79.1 | Результат основної діяльн | | | 7,072,788.85 | 7,072,788.85 | | |
| 83 | Амортизація | | | 97,877.15 | 97,877.15 | | |
| 83.1 | Амортизація основних зас | | | 93,345.26 | 93,345.26 | | |
| 83.2 | Амортизація інших необор | | | 1,361.67 | 1,361.67 | | |
| 83.3 | Амортизація нематеріальн | | | 3,170.22 | 3,170.22 | | |
| 90 | Собівартість реалізації | | | 5,869,982.77 | 5,869,982.77 | | |
| 90.1 | Собівартість реалізованої | | | 5,869,982.77 | 5,869,982.77 | | |
| 91 | Загальновиробничі витрат | | | 1,352,335.80 | 1,352,335.80 | | |
| 91.3 | Загальновиробничі витрат | | | 1,352,335.80 | 1,352,335.80 | | |
| 92 | Адміністративні витрати | | | 1,031,604.37 | 1,031,604.37 | | |
| 93 | Витрати на збут | | | 136,224.86 | 136,224.86 | | |
| 94 | Інші витрати операційної д | | | 484.67 | 484.67 | | |
| 94.8 | Визнані штрафи, пені, неуп | | | 167.91 | 167.91 | | |
| 94.9 | Інші витрати операційної д | | | 316.76 | 316.76 | | |
| ВВ | Валові витрати | 57,960.36 | | | | 57,960.36 | |
| ВД | Валові доходи | | 52,875.61 | | | | 52,875.61 |
| МШ | МШП в експлуатації | 40,151.75 | | 12,951.12 | | 53,102.87 | |
| МШ.0 | МШП в експлуатації | 39,374.24 | | 12,951.12 | | 52,325.36 | |
| МШ.П | МШЦ в експлуатації по під | 777.51 | | | | 777.51 | |
| ОЗ | Основні засоби | 758,635.54 | | 139,476.77 | 3,869.30 | 894,243.01 | |
| ОЗ.3 | Основні засоби 3 групи | 711,807.67 | | 116,337.69 | | 828,145.36 | |
| ОЗ.4 | Основні засоби 4 групи | 29,381.46 | | 9,113.00 | | 38,494.46 | |
| ОЗ.5 | Основні засоби 5 групи | 1,357.15 | | | | 1,357.15 | |
| ОЗ.6 | Основні засоби 6 групи | 7,012.02 | | 3,200.63 | | 10,212.65 | |
| ОЗ.10 | Основні засоби 10 групи | 3,315.94 | | | | 3,315.94 | |
| ОЗ.Н | Нематеріальні активи | 5,761.30 | | 10,825.45 | 3,869.30 | 12,717.45 | |
| ПО | Облік палива в баках авто | 107,252.98 | | 281,391.59 | 109,062.87 | 279,581.70 | |
| ПР | Розрахунки за паливо | | 1,577,872.38 | | 281,391.59 | | 1,859,263.97 |
| | | 2,525,118.22 | 2,525,118.22 | 69,342,179.84 | 69,342,179.84 | 2,697,836.39 | 2,697,836.39 |

ТзОВ "Виробниче підприємство Будпромвиріб"

Сформована 26.09.18 в 14:11:31

**Оборотно-сальдова відомість
за 2016 р.**

| Код | Рахунок Назва | Сальдо на початок періоду | | Обороти за період | | Сальдо на кінець періоду | |
|--------|----------------------------|---------------------------|--------------|-------------------|--------------|--------------------------|--------------|
| | | Дебет | Кредит | Дебет | Кредит | Дебет | Кредит |
| 01 | Орендовані необоротні акт | 1,479,912.86 | | | | 1,479,912.86 | |
| 10 | Основні засоби | 1,509,708.71 | | 20,379.16 | 1,276.55 | 1,528,811.32 | |
| 10.3 | Будинки та споруди | 1,119,597.31 | | | | 1,119,597.31 | |
| 10.4 | Машини та обладнання | 166,376.65 | | 20,379.16 | | 186,755.81 | |
| 10.5 | Транспортні засоби | 62,039.40 | | | | 62,039.40 | |
| 10.6 | Інструменти, прилади та ін | 161,695.35 | | | 1,276.55 | 160,418.80 | |
| 11 | Інші необоротні матеріаль | 41,598.72 | | | 655.66 | 40,943.06 | |
| 11.2 | Малоцінні необоротні мате | 41,598.72 | | | 655.66 | 40,943.06 | |
| 12 | Нематеріальні активи | 23,743.10 | | 2,554.40 | 12,830.60 | 13,466.90 | |
| 12.7 | Інші нематеріальні активи | 23,743.10 | | 2,554.40 | 12,830.60 | 13,466.90 | |
| 13 | Знос необоротних активів | | 868,125.80 | 14,762.81 | 95,726.09 | | 949,089.08 |
| 13.1 | Знос основних засобів | | 806,511.94 | 1,276.55 | 91,861.18 | | 897,096.57 |
| 13.2 | Знос інших необоротних м | | 41,598.72 | 655.66 | | | 40,943.06 |
| 13.3 | Знос нематеріальних акти | | 20,015.14 | 12,830.60 | 3,864.91 | | 11,049.45 |
| 15 | Капітальні інвестиції | 1,598.34 | | 32,662.34 | 22,933.56 | 11,327.12 | |
| 15.2 | Придбання (виготовлення) | | | 20,379.16 | 20,379.16 | | |
| 15.3 | Придбання (виготовл) інш | 1,598.34 | | | | 1,598.34 | |
| 15.4 | Придбання (створення) не | | | 12,283.18 | 2,554.40 | | 9,728.78 |
| 20 | Виробничі запаси | 130,650.83 | | 4,257,490.48 | 4,224,831.37 | 163,309.94 | |
| 20.1 | Сировина й матеріали | 92,038.50 | | 3,876,595.26 | 3,857,777.50 | 110,856.26 | |
| 20.3 | Паливо | 4,965.12 | | 265,869.78 | 267,450.58 | 3,384.32 | |
| 20.4 | Тара й тарні матеріали | 1,215.00 | | | | 1,215.00 | |
| 20.7 | Запасні частини | 14,956.40 | | 98,899.13 | 85,382.98 | 28,472.55 | |
| 20.9 | Інші матеріали | 17,391.81 | | 16,126.31 | 14,220.31 | 19,297.81 | |
| 20.9.0 | Інші матеріали | 17,391.81 | | 16,126.31 | 14,220.31 | 19,297.81 | |
| 20.9.0 | Інші матеріали без ПДВ | 84.00 | | | | 84.00 | |
| 22 | Малоцінні та швидкозношу | 6,064.61 | | 11,258.69 | 10,280.88 | 7,042.42 | |
| 22.1 | Малоцінні та швидкозношу | 6,064.61 | | 11,258.69 | 10,280.88 | 7,042.42 | |
| 23 | Виробництво | | | 6,433,046.84 | 6,433,046.84 | | |
| 23.3 | Прямі витрати | | | 6,433,046.84 | 6,433,046.84 | | |
| 26 | Готова продукція | 415,568.82 | | 6,433,046.84 | 6,329,578.06 | 519,037.60 | |
| 26.1 | Готова продукція | 403,455.08 | | 5,981,639.72 | 5,893,165.76 | 491,929.04 | |
| 26.2 | Готова продукція (відхиле | 12,113.74 | | 451,407.12 | 436,412.30 | 27,108.56 | |
| 28 | Товари | | | 53,190.00 | 53,190.00 | | |
| 28.1 | Товари на складі | | | 53,190.00 | 53,190.00 | | |
| 30 | Каса | | | 1,788,847.23 | 1,788,847.23 | | |
| 30.1 | Каса в національній валют | | | 1,788,847.23 | 1,788,847.23 | | |
| 31 | Рахунки в банках | 322,981.24 | | 9,207,321.93 | 9,324,987.88 | 205,315.29 | |
| 31.1 | Поточні рахунки в націона | 322,975.81 | | 9,160,853.50 | 9,278,519.45 | 205,309.86 | |
| 31.5 | Поточні рахунки в націона | 5.43 | | | | 5.43 | |
| 31.7 | Поточні рахунки в націона | | | 11,103.00 | 11,103.00 | | |
| 31.9 | Інші рахунки в національн | | | 35,365.43 | 35,365.43 | | |
| 33 | Інші кошти | 30,679.54 | | 538,906.56 | 550,223.00 | 19,363.10 | |
| 33.6 | ПДВ рахунок в національн | 30,679.54 | | 538,906.56 | 550,223.00 | 19,363.10 | |
| 36 | Розрахунки з покупцями та | 86,836.89 | | 9,047,271.92 | 9,171,602.35 | | 37,493.54 |
| 36.1 | Розрахунки з вітчизняними | 86,836.89 | | 9,047,271.92 | 9,171,602.35 | | 37,493.54 |
| 37 | Розрахунки з різними дебі | | | 1,307.32 | 1,307.32 | | |
| 37.2 | Розрахунки з підзвітними с | | | 1,307.32 | 1,307.32 | | |
| 37.2.2 | В національній валюті госп | | | 1,307.32 | 1,307.32 | | |
| 38 | Резерв сумнівних боргів | | | | 14,524.30 | | 14,524.30 |
| 38.3 | Резерв сумнівних боргів /р | | | | 14,524.30 | | 14,524.30 |
| 39 | Витрати майбутніх періоді | 17,039.77 | | 21,130.80 | 21,669.10 | 16,501.47 | |
| 40 | Статутний капітал | | 30,000.00 | | | | 30,000.00 |
| 44 | Нерозподілені прибутки (н | | 1,419,275.80 | 380,725.43 | 201,495.26 | | 1,240,045.63 |
| 44.1 | Прибуток нерозподілений | | 1,419,275.80 | 380,725.43 | 201,495.26 | | 1,240,045.63 |
| 63 | Розрахунки з постачальни | | 1,671.02 | 5,217,636.56 | 5,254,854.88 | | 38,889.34 |
| 63.1 | Розрахунки з вітчизняними | | 1,671.02 | 5,217,636.56 | 5,254,854.88 | | 38,889.34 |
| 64 | Розрахунки за податками й | | 121,193.17 | 3,269,585.95 | 3,221,546.54 | | 73,153.76 |
| 64.1 | Розрахунки за податками | | 115,133.29 | 1,993,012.53 | 1,959,477.77 | | 81,598.53 |
| 64.1.1 | Прибутковий податок | | 13,781.39 | 407,086.66 | 414,885.74 | | 21,580.47 |
| 64.1.2 | Податок на прибуток | | 44,932.00 | 69,932.00 | 25,000.00 | | |
| 64.1.3 | Податок на додану вартіст | | 56,202.93 | 1,514,735.23 | 1,518,275.81 | | 59,743.51 |
| 64.1.4 | Місцеві податки | | 7.25 | 42.07 | 44.01 | | 9.19 |
| 64.1.6 | Розрахунки за іншими под | | 209.72 | 1,216.57 | 1,272.21 | | 265.36 |
| 64.2 | Розрахунки за обов'язкови | | 1,595.18 | 33,285.35 | 33,582.90 | | 1,892.73 |
| 64.2.8 | Військовий збір | | 1,595.12 | 33,285.29 | 33,582.90 | | 1,892.73 |

| | | | | | | | |
|--------|--|--------------|--------------|---------------|---------------|--------------|--------------|
| 64.2.9 | Збір за геологорозвідувальні роботи | | 0.06 | 0.06 | | | |
| 64.3 | Податкові зобов'язання | 10,960.95 | | 277,430.46 | 262,950.66 | 25,440.75 | |
| 64.4 | Податковий кредит | | 15,425.65 | 965,857.61 | 965,535.21 | | 15,103.25 |
| 65 | Розрахунки за страхуванням | | 38,069.14 | 503,481.53 | 493,971.18 | | 28,558.79 |
| 65.1 | За пенсійним забезпеченням | | 41,184.54 | 471,231.50 | 458,605.75 | | 28,558.79 |
| 65.2 | За соціальним страхуванням | 3,115.40 | | 32,250.03 | 35,365.43 | | |
| 66 | Розрахунки з оплати праці | | 76,133.08 | 2,201,868.66 | 2,219,032.49 | | 93,296.91 |
| 66.1 | Розрахунки за заробітною платою | | 76,133.08 | 2,186,698.66 | 2,203,862.49 | | 93,296.91 |
| 66.3 | Розрахунки за виданими пенсіями | | | 15,170.00 | 15,170.00 | | |
| 68 | Розрахунки за іншими операціями | | 32,002.56 | 872,941.13 | 861,005.44 | | 20,066.87 |
| 68.5 | Розрахунки з іншими кредиторами | | 32,002.56 | 872,941.13 | 861,005.44 | | 20,066.87 |
| 70 | Доходи від реалізації | | | 8,921,272.46 | 8,921,272.46 | | |
| 70.1 | Дохід від реалізації готової продукції | | | 8,852,632.46 | 8,852,632.46 | | |
| 70.2 | Дохід від реалізації товарів | | | 68,640.00 | 68,640.00 | | |
| 71 | Інший операційний дохід | | | 93,955.18 | 93,955.18 | | |
| 71.7 | Дохід від кредиторської заборгованості | | | 1,894.96 | 1,894.96 | | |
| 71.9 | Інші доходи від операційної діяльності | | | 92,060.22 | 92,060.22 | | |
| 74 | Інші доходи | | | 0.28 | 0.28 | | |
| 74.6 | Інші доходи від звичайної діяльності | | | 0.28 | 0.28 | | |
| 79 | Фінансові результати | | | 7,893,731.24 | 7,893,731.24 | | |
| 79.1 | Результат основної діяльності | | | 7,893,731.24 | 7,893,731.24 | | |
| 83 | Амортизація | | | 95,726.09 | 95,726.09 | | |
| 83.1 | Амортизація основних засобів | | | 91,861.18 | 91,861.18 | | |
| 83.3 | Амортизація нематеріальних засобів | | | 3,864.91 | 3,864.91 | | |
| 90 | Собівартість реалізації | | | 6,502,744.90 | 6,502,744.90 | | |
| 90.1 | Собівартість реалізованої продукції | | | 6,449,554.90 | 6,449,554.90 | | |
| 90.2 | Собівартість реалізованих нематеріальних засобів | | | 53,190.00 | 53,190.00 | | |
| 91 | Загальновиробничі витрати | | | 1,343,678.31 | 1,343,678.31 | | |
| 91.3 | Загальновиробничі витрати | | | 1,343,678.31 | 1,343,678.31 | | |
| 92 | Адміністративні витрати | | | 978,816.81 | 978,816.81 | | |
| 93 | Витрати на збут | | | 181,960.68 | 181,960.68 | | |
| 94 | Інші витрати операційної діяльності | | | 28,713.59 | 28,713.59 | | |
| 94.4 | Сумнівні та безнадійні борги | | | 14,524.30 | 14,524.30 | | |
| 94.8 | Визнані штрафи, пені, неустойки | | | 943.90 | 943.90 | | |
| 94.9 | Інші витрати операційної діяльності | | | 13,245.39 | 13,245.39 | | |
| ВВ | Валові витрати | 57,960.36 | | | | 57,960.36 | |
| ВД | Валові доходи | | 52,875.61 | | | | 52,875.61 |
| МШ | МШП в експлуатації | 29,870.87 | | 10,280.88 | | 40,151.75 | |
| МШ.0 | МШП в експлуатації | 29,093.36 | | 10,280.88 | | 39,374.24 | |
| МШ.П | МШЦ в експлуатації по підприємству | 777.51 | | | | 777.51 | |
| ОЗ | Основні засоби | 737,758.13 | | 22,933.56 | 2,056.15 | 758,635.54 | |
| ОЗ.3 | Основні засоби 3 групи | 711,807.67 | | | | 711,807.67 | |
| ОЗ.4 | Основні засоби 4 групи | 9,002.30 | | 20,379.16 | | 29,381.46 | |
| ОЗ.5 | Основні засоби 5 групи | 1,357.15 | | | | 1,357.15 | |
| ОЗ.6 | Основні засоби 6 групи | 7,012.02 | | | | 7,012.02 | |
| ОЗ.10 | Основні засоби 10 групи | 3,315.94 | | | | 3,315.94 | |
| ОЗ.Н | Нематеріальні активи | 5,263.05 | | 2,554.40 | 2,056.15 | 5,761.30 | |
| ПО | Облік палива в баках авто | 57,510.93 | | 292,729.60 | 242,987.55 | 107,252.98 | |
| ПР | Розрахунки за паливо | | 1,285,142.78 | | 292,729.60 | | 1,577,872.38 |
| | | 2,586,470.57 | 2,586,470.57 | 76,350,016.12 | 76,350,016.12 | 2,525,118.22 | 2,525,118.22 |

Оборотка ТМЦ за 2017 р.

"Інертні матеріали", "Металопрокат", "Фарби, ґрунтовки, розчинники", "Матеріали для зварювання"
По складу: Склад матеріалів.
По обліковим сума

| Склад/ТМЦ | Од. вим. | Залишок на початок | Прихід | Розхід | Залишок на кінець |
|---------------------------|----------|-------------------------|--------------------------|--------------------------|-------------------------|
| Склад матеріалів | | | | | |
| Арматура 8 А III (0,395) | тн | 0.00 грн | 14.585 207162.42 грн | 14.585 207162.42 грн | 0.00 грн |
| Арматура 10 А III (0,616) | тн | 0.00 грн | 11.845 166432.41 грн | 11.753 164988.90 грн | 0.092 1443.51 грн |
| Арматура 12 А III (0,888) | тн | 0.423 4970.05 грн | 13.196 182129.66 грн | 13.361 183169.85 грн | 0.258 3929.86 грн |
| Арматура 14 А III (1,21) | тн | 6.22 грн | 2.816 38030.80 грн | 2.816 38030.80 грн | 6.22 грн |
| Арматура 16 А III (1,58) | тн | 2.13 грн | 6.616 92423.92 грн | 6.616 92423.92 грн | 2.13 грн |
| Арматура 20 А III (2,47) | тн | 0.00 грн | 4.205 49794.22 грн | 4.205 49794.22 грн | 0.00 грн |
| Арматура 30 | тн | 0.00 грн | 0.100 1491.67 грн | 0.100 1491.67 грн | 0.00 грн |
| Барвник | шт | 0.00 грн | 4.000 201.67 грн | 4.000 201.67 грн | 0.00 грн |
| Газ пропан (1бал=35літ) | бал | 0.850 324.75 грн | 4.000 1340.58 грн | 3.850 1271.87 грн | 1.000 393.46 грн |
| Гравій | м3 | 159.997 24829.67 грн | 827.000 184117.50 грн | 650.207 132090.47 грн | 336.799 76856.70 грн |
| Добавка до бетону DYNAMON | кг | 0.00 грн | 1050.000 45666.67 грн | 895.359 38941.02 грн | 154.641 6725.65 грн |
| Добавка до бетону SKORBET | кг | 0.00 грн | 1150.000 20930.00 грн | 1150.000 20930.00 грн | 0.00 грн |
| Добавка до бетону ZIMOBET | кг | 123.556 2248.73 грн | 2500.000 45500.00 грн | 2538.398 46198.85 грн | 85.158 1549.88 грн |
| Дріт 4,0 ВР-1 (0,099) | тн | 0.996 9462.00 грн | 4.135 62579.60 грн | 5.131 72041.60 грн | 0.00 грн |
| Електроди АНО ф3 | кг | 0.00 грн | 20.000 655.00 грн | 20.000 655.00 грн | 0.00 грн |
| Електроди АНО ф4 | кг | 97.470 3027.40 грн | 650.000 21077.00 грн | 747.470 24104.40 грн | 0.00 грн |
| Електроди Т620 | кг | 0.00 грн | 2.500 165.00 грн | 1.200 79.20 грн | 1.300 85.80 грн |
| Електроди УОНІ ф4 | кг | 0.00 грн | 40.000 1107.60 грн | 40.000 1107.60 грн | 0.00 грн |
| Катанка 5,5 А I (0,186) | тн | 0.00 грн | 10.612 160448.42 грн | 10.612 160448.42 грн | 0.00 грн |
| Катанка 6,5 А I (0,260) | тн | 0.693 6251.99 грн | 9.581 140853.42 грн | 10.274 147096.12 грн | 9.299 9.299 грн |
| Кисень (1бал=6,5 м3) | бал | 6.000 375.00 грн | 40.000 3200.00 грн | 40.000 3095.00 грн | 6.000 480.00 грн |
| Круг 8 А I (0,395) | тн | 0.00 грн | 1.026 13808.84 грн | 0.978 13018.11 грн | 0.048 790.73 грн |
| Круг 10 А I (0,616) | тн | 0.010 127.75 грн | 0.00 грн | 0.010 127.75 грн | 0.00 грн |
| Круг 12 А I (0,888) | тн | 0.00 грн | 0.555 7243.96 грн | 0.555 7243.96 грн | 0.00 грн |
| Круг 14 А I (1,21) | тн | 0.00 грн | 0.935 12421.88 грн | 0.935 12421.88 грн | 0.00 грн |
| Круг 16 А I (1,58) | тн | 0.123 1455.50 грн | 0.00 грн | 0.123 1455.50 грн | 0.00 грн |
| Круг 30 А I (5,55) | тн | 0.032 447.04 грн | 0.00 грн | 0.032 447.04 грн | 0.00 грн |
| Круг 40 А I (9,86) | тн | 0.056 760.22 грн | 0.00 грн | 0.056 760.22 грн | 0.00 грн |
| Круг 50 А I (15,42) | тн | 0.074 942.72 грн | 0.00 грн | 0.074 942.72 грн | 0.00 грн |
| Круг 60 А I (22,19) | тн | 0.055 750.29 грн | 0.00 грн | 0.055 750.29 грн | 0.00 грн |
| Кутник 40*20*2,0 | тн | 0.00 грн | 0.011 173.25 грн | 0.011 173.25 грн | 0.00 грн |
| Кутник 40*40*4,0 (2,42) | тн | 0.00 грн | 0.015 225.00 грн | 0.015 225.00 грн | 0.00 грн |
| Кутник 50*50*4 | тн | 0.00 грн | 0.107 1890.09 грн | 0.038 577.60 грн | 0.069 1312.49 грн |
| Кутник 50*50*5,0 (3,77) | тн | 0.00 грн | 0.006 96.67 грн | 0.006 96.67 грн | 0.00 грн |
| Кутник 63*63*5,0 (4,81) | тн | 0.00 грн | 0.030 475.00 грн | 0.030 475.00 грн | 0.00 грн |
| Кутник 75*75*6,0 (6,89) | тн | 0.00 грн | 0.433 7029.74 грн | 0.433 7029.74 грн | 0.00 грн |
| Кутник 90*90*7,0 (10,9) | тн | 0.00 грн | 0.179 2385.00 грн | 0.179 2385.00 грн | 0.00 грн |
| Кутник 100*100* 7 | тн | 0.00 грн | 0.130 2487.96 грн | 0.130 2487.96 грн | 0.00 грн |
| Лист 4,0 мм | тн | 0.368 5483.96 грн | 2.178 37640.38 грн | 2.546 43124.34 грн | 0.00 грн |

| | | | | | |
|-------------------------------------|-----|---------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|---------------------------------|
| Лист 5,0 мм | тн | 0.120 0.00 грн | 0.120 2100.00 грн | 0.120 2100.00 грн | 0.00 грн |
| Лист 6,0 мм | тн | 0.284 3852.50 грн | 1.435 23152.66 грн | 1.719 27005.16 грн | 0.00 грн |
| Лист 8,0 мм | тн | 0.504 6527.70 грн | 0.560 9100.00 грн | 1.064 15627.70 грн | 0.00 грн |
| Лист 10,0 мм | тн | 0.606 7849.00 грн | 0.00 грн | 0.606 7849.00 грн | 0.00 грн |
| Пісок | м3 | 1486.000 0.00 грн | 1486.000 201350.00 грн | 1486.000 201350.00 грн | 0.00 грн |
| Розчинник 647 | літ | 2.000 0.00 грн | 64.18 грн | 2.000 64.18 грн | 0.00 грн |
| Труба 40*20*2 | тн | 0.011 0.00 грн | 0.011 207.40 грн | 0.011 207.40 грн | 0.00 грн |
| Труба 50*3,0 | тн | 0.026 0.00 грн | 0.026 465.00 грн | 0.026 465.00 грн | 0.00 грн |
| Труба профільна 50*50*2,0 | тн | 0.018 0.00 грн | 0.018 296.00 грн | 0.018 296.00 грн | 0.00 грн |
| Уайт спірит | літ | 1.000 0.00 грн | 42.42 грн | 1.000 42.42 грн | 0.00 грн |
| Уніпак | шт | 1.000 0.00 грн | 51.35 грн | 1.000 51.35 грн | 0.00 грн |
| Фарба ПФ-115 жовта | кг | 5.600 0.00 грн | 5.600 351.66 грн | 5.600 351.66 грн | 0.00 грн |
| Цемент ПЦ І-500Н навал | т. | 5.228 7275.90 грн | 808.000 337275.00 грн | 778.973 288885.11 грн | 34.25 55665.79 грн |
| Швелер 8 (5,90) | тн | 0.021 0.00 грн | 0.021 317.50 грн | 0.021 317.50 грн | 0.00 грн |
| Швелер 12 (10,4) | тн | 0.247 0.00 грн | 0.247 3396.25 грн | 0.247 3396.25 грн | 0.00 грн |
| Швелер 20 (18,4) | тн | 0.227 0.00 грн | 0.227 4000.00 грн | 0.227 4000.00 грн | 0.00 грн |
| Щебінь ФР 05*20 мм | м3 | 2125.500 0.00 грн | 2125.500 479922.50 грн | 2125.500 479922.50 грн | 0.00 грн |
| ВСЬОГО по : Склад матеріалів | | 397.325 86970.52 грн | 10802.561 573277.25 грн | 10580.275 510996.26 грн | 619.61 149251.51 грн |

ТзОВ "Виробниче підприємство Будпромвиріб"

Журнал прихідних накладних
за період: 2017 р.

| № документа | Дата | Код ЄДРПОУ | Постачальник | Загальна сума | В т.ч. ПДВ | Транспортні витрати |
|--------------|----------|------------|----------------------------------|---------------|------------|---------------------|
| чек | 04.01.17 | 33614922 | ОККО-БІЗНЕС КОНТРАКТ ПП /2014 | 377.70 | 62.95 | 0.00 |
| 13-с | 12.01.17 | 33860223 | Кріон ЛХЗ ТзОВ /2012 | 480.00 | 80.00 | 0.00 |
| 31-с | 23.01.17 | 33860223 | Кріон ЛХЗ ТзОВ /2012 | 480.00 | 80.00 | 0.00 |
| чеки ПММ | 31.01.17 | 33614922 | ОККО-БІЗНЕС КОНТРАКТ ПП /2014 | 4748.17 | 791.39 | 0.00 |
| РН-0000218 | 20.02.17 | 13816223 | Сокіл ТзОВ /2012 | 7835.00 | 1305.83 | 0.00 |
| РН-0000057 | 20.02.17 | 2590308299 | Яріш Р.Я. ФОП | 7399.00 | 1233.17 | 0.00 |
| 97 | 20.02.17 | 37577633 | Харківгумотехніка ТзОВ | 10208.64 | 1701.44 | 0.00 |
| 2002 | 20.02.17 | 2511107219 | Квасний М В ФОП /2012 | 11100.00 | 1850.00 | 0.00 |
| РН-0000009 | 21.02.17 | 33957982 | Західтехсервіс ТзОВ | 918.00 | 153.00 | 0.00 |
| 2102 | 21.02.17 | 2511107219 | Квасний М В ФОП /2012 | 11100.00 | 1850.00 | 0.00 |
| 221 | 22.02.17 | 31385415 | Техметал ТзОВ /2012 | 15184.01 | 2530.67 | 0.00 |
| РН-000061 | 22.02.17 | 2827713371 | Ружило В М ФОП /2012 | 54900.00 | 9150.00 | 0.00 |
| 2202 | 22.02.17 | 2511107219 | Квасний М В ФОП /2012 | 9504.00 | 1584.00 | 0.00 |
| 05 | 23.02.17 | 1660907275 | Мартинюк Г А ФОП /2012 | 842.00 | 0.00 | 0.00 |
| 2302 | 23.02.17 | 2511107219 | Квасний М В ФОП /2012 | 9768.00 | 1628.00 | 0.00 |
| РН-0000261 | 24.02.17 | 13816223 | Сокіл ТзОВ /2012 | 355.20 | 59.20 | 0.00 |
| 254 | 27.02.17 | 31385415 | Техметал ТзОВ /2012 | 275181.78 | 45863.63 | 0.00 |
| ЛГ-00000388 | 27.02.17 | 22174404 | Ліга ПТВП | 444.32 | 74.05 | 0.00 |
| К-000000047 | 27.02.17 | 37530773 | ЛВС-КРЕЗ ТзОВ /2012 | 180.12 | 30.02 | 0.00 |
| К-0000047 | 27.02.17 | 37530773 | ЛВС-КРЕЗ ТзОВ /2012 | 468.36 | 78.06 | 0.00 |
| 2702 | 27.02.17 | 2511107219 | Квасний М В ФОП /2012 | 11100.00 | 1850.00 | 0.00 |
| 2 | 28.02.17 | 2599522531 | Проців А.І. | 12240.00 | 2040.00 | 0.00 |
| 2802 | 28.02.17 | 2511107219 | Квасний М В ФОП /2012 | 5475.00 | 912.50 | 0.00 |
| чеки ПММ | 28.02.17 | 33614922 | ОККО-БІЗНЕС КОНТРАКТ ПП /2014 | 14821.01 | 2470.14 | 0.00 |
| МР-000017 | 01.03.17 | 2391406715 | Микитин Р В ФО підприємець /2012 | 1468.20 | 244.70 | 0.00 |
| 1 | 02.03.17 | 20829031 | Оріон ЛТД ТзОВ /2012 | 7956.00 | 1326.00 | 0.00 |
| 0303 | 03.03.17 | 2511107219 | Квасний М В ФОП /2012 | 13200.00 | 2200.00 | 0.00 |
| РН-0000312 | 06.03.17 | 13816223 | Сокіл ТзОВ /2012 | 4174.00 | 695.67 | 0.00 |
| 0603 | 06.03.17 | 2511107219 | Квасний М В ФОП /2012 | 11484.00 | 1914.00 | 0.00 |
| ІМ-000101 | 09.03.17 | 30310631 | Імпульс Фозот-Сервіс /2012 | 675.00 | 112.50 | 0.00 |
| РН-0000152 | 09.03.17 | 23952520 | Кондор ТзОВ /2012 | 5664.60 | 944.10 | 0.00 |
| РН-0000082 | 10.03.17 | 2827713371 | Ружило В М ФОП /2012 | 59400.00 | 9900.00 | 0.00 |
| 374 | 10.03.17 | 36280539 | Агро-Січ ПП /2012 | 506.68 | 84.45 | 0.00 |
| РН-397 | 10.03.17 | 22374051 | Галпостачсервіс ПП /2012 | 1393.20 | 232.20 | 0.00 |
| КУ17-0030575 | 10.03.17 | 30478644 | Коельнер-Україна ТзОВ | 3460.14 | 576.70 | 0.00 |
| 1303 | 13.03.17 | 2511107219 | Квасний М В ФОП /2012 | 12267.00 | 2044.50 | 0.00 |
| 6 | 14.03.17 | 36767759 | ЛЮБАНТА УКРАЇНА ТзОВ | 27300.00 | 4550.00 | 0.00 |
| 81 | 16.03.17 | 40210772 | СПЕЦПРОМДЕМОНТАЖ ТзОВ | 3750.00 | 625.00 | 0.00 |
| КУ17-003480 | 17.03.17 | 30478644 | Коельнер-Україна ТзОВ | 1127.40 | 187.90 | 0.00 |
| 94 | 20.03.17 | 40210772 | СПЕЦПРОМДЕМОНТАЖ ТзОВ | 3750.00 | 625.00 | 0.00 |
| РН-0000097 | 20.03.17 | 2827713371 | Ружило В М ФОП /2012 | 59400.00 | 9900.00 | 0.00 |
| 2003 | 20.03.17 | 2511107219 | Квасний М В ФОП /2012 | 11484.00 | 1914.00 | 0.00 |
| 2103 | 21.03.17 | 2511107219 | Квасний М В ФОП /2012 | 13200.00 | 2200.00 | 0.00 |
| 393 | 22.03.17 | 30477609 | Хімпромгурт ТзОВ /2012 | 9569.52 | 1594.92 | 0.00 |
| 2203 | 22.03.17 | 2511107219 | Квасний М В ФОП /2012 | 11352.00 | 1892.00 | 0.00 |
| РН-0000200 | 23.03.17 | 23952520 | Кондор ТзОВ /2012 | 1024.80 | 170.80 | 0.00 |
| РН-0000200 | 23.03.17 | 23952520 | Кондор ТзОВ /2012 | 84.00 | 14.00 | 0.00 |
| 67-с | 23.03.17 | 33860223 | Кріон ЛХЗ ТзОВ /2012 | 576.00 | 96.00 | 0.00 |
| 451 | 23.03.17 | 36280539 | Агро-Січ ПП /2012 | 2247.97 | 374.67 | 0.00 |
| 2303 | 23.03.17 | 2511107219 | Квасний М В ФОП /2012 | 13200.00 | 2200.00 | 0.00 |
| 44 | 24.03.17 | 05468127 | Стрітекс ПрАТ /2012 | 2000.00 | 333.33 | 0.00 |
| 2403 | 24.03.17 | 2511107219 | Квасний М В ФОП /2012 | 11418.00 | 1903.00 | 0.00 |
| 2703 | 27.03.17 | 2511107219 | Квасний М В ФОП /2012 | 11616.00 | 1936.00 | 0.00 |
| 126 | 28.03.17 | 40210772 | СПЕЦПРОМДЕМОНТАЖ ТзОВ | 3750.00 | 625.00 | 0.00 |
| Лг-00000653 | 28.03.17 | 22174404 | Ліга ПТВП | 464.00 | 77.33 | 0.00 |
| 478 | 29.03.17 | 31385415 | Техметал ТзОВ /2012 | 15423.00 | 2570.50 | 0.00 |
| К-00000083 | 29.03.17 | 37530773 | ЛВС-КРЕЗ ТзОВ /2012 | 1260.06 | 210.01 | 0.00 |
| К-0000083 | 29.03.17 | 37530773 | ЛВС-КРЕЗ ТзОВ /2012 | 300.00 | 50.00 | 0.00 |
| РН-0000509 | 30.03.17 | 13816223 | Сокіл ТзОВ /2012 | 32916.01 | 5486.00 | 0.00 |
| 3003 | 30.03.17 | 2511107219 | Квасний М В ФОП /2012 | 8514.00 | 1419.00 | 0.00 |
| РН-0000113 | 30.03.17 | 2827713371 | Ружило В М ФОП /2012 | 59400.00 | 9900.00 | 0.00 |
| РН-0000517 | 31.03.17 | 13816223 | Сокіл ТзОВ /2012 | 7487.40 | 1247.90 | 0.00 |
| 140 | 31.03.17 | 40210772 | СПЕЦПРОМДЕМОНТАЖ ТзОВ | 3750.00 | 625.00 | 0.00 |
| 7 | 31.03.17 | 2599522531 | Проців А.І. | 8160.00 | 1360.00 | 0.00 |
| чеки ПММ | 31.03.17 | 33614922 | ОККО-БІЗНЕС КОНТРАКТ ПП /2014 | 28819.11 | 4803.14 | 0.00 |
| РН-0000144 | 03.04.17 | 2590308299 | Яріш Р.Я. ФОП | 7636.00 | 1272.67 | 0.00 |
| 0404 | 04.04.17 | 2511107219 | Квасний М В ФОП /2012 | 12276.00 | 2046.00 | 0.00 |
| 0504 | 05.04.17 | 2511107219 | Квасний М В ФОП /2012 | 12342.00 | 2057.00 | 0.00 |
| 168 | 06.04.17 | 40210772 | СПЕЦПРОМДЕМОНТАЖ ТзОВ | 3750.00 | 625.00 | 0.00 |
| 1004 | 10.04.17 | 2511107219 | Квасний М В ФОП /2012 | 12408.00 | 2068.00 | 0.00 |
| РН-0000125 | 12.04.17 | 2827713371 | Ружило В М ФОП /2012 | 60300.00 | 10050.00 | 0.00 |

| | | | | | | |
|--------------|----------|------------|--|----------|----------|------|
| 1204 | 12.04.17 | 2511107219 | Квасній М В ФОП /2012 | 13461.00 | 2243.50 | 0.00 |
| 223 | 19.04.17 | 40210772 | СПЕЦПРОМДЕМОНТАЖ ТзОВ | 3750.00 | 625.00 | 0.00 |
| РН-0000640 | 21.04.17 | 13816223 | Сокіл ТзОВ /2012 | 9018.00 | 1503.00 | 0.00 |
| РН-0000113 | 21.04.17 | 23963729 | Аура ТзОВ /2012 | 613.59 | 40.14 | 0.00 |
| чеки ПММ | 24.04.17 | 33614922 | ОККО-БІЗНЕС КОНТРАКТ ПП /2014 | 356.70 | 59.45 | 0.00 |
| 260 | 24.04.17 | 40210772 | СПЕЦПРОМДЕМОНТАЖ ТзОВ | 3750.00 | 625.00 | 0.00 |
| РН-0000675 | 27.04.17 | 13816223 | Сокіл ТзОВ /2012 | 21690.00 | 3615.00 | 0.00 |
| К-00000108 | 27.04.17 | 37530773 | ЛВС-КРЕЗ ТзОВ /2012 | 189.00 | 31.50 | 0.00 |
| К-00000108 | 27.04.17 | 37530773 | ЛВС-КРЕЗ ТзОВ /2012 | 240.84 | 40.14 | 0.00 |
| 281 | 27.04.17 | 40210772 | СПЕЦПРОМДЕМОНТАЖ ТзОВ | 3750.00 | 625.00 | 0.00 |
| РН-0000140 | 28.04.17 | 2827713371 | Ружило В М ФОП /2012 | 60300.00 | 10050.00 | 0.00 |
| ЛГ-00000918 | 28.04.17 | 22174404 | Ліга ПТВП | 934.41 | 155.73 | 0.00 |
| чеки ПММ | 30.04.17 | 33614922 | ОККО-БІЗНЕС КОНТРАКТ ПП /2014 | 21217.64 | 3536.23 | 0.00 |
| РН-0000698 | 03.05.17 | 13816223 | Сокіл ТзОВ /2012 | 9240.00 | 1540.00 | 0.00 |
| ЛР-0001097 | 03.05.17 | 20787025 | Львівпідшипник ТзОВ | 556.00 | 92.67 | 0.00 |
| 0305 | 03.05.17 | 2511107219 | Квасній М В ФОП /2012 | 13611.00 | 2268.50 | 0.00 |
| 0405 | 04.05.17 | 2511107219 | Квасній М В ФОП /2012 | 13800.00 | 2300.00 | 0.00 |
| 304 | 04.05.17 | 40210772 | СПЕЦПРОМДЕМОНТАЖ ТзОВ | 3750.00 | 625.00 | 0.00 |
| ЛГ-00000978 | 05.05.17 | 22174404 | Ліга ПТВП | 3863.04 | 643.84 | 0.00 |
| 690 | 05.05.17 | 36280539 | Агро-Січ ПП /2012 | 851.93 | 142.00 | 0.00 |
| 0505 | 05.05.17 | 2511107219 | Квасній М В ФОП /2012 | 13800.00 | 2300.00 | 0.00 |
| ЛГ-00000981 | 08.05.17 | 22174404 | Ліга ПТВП | 451.26 | 75.21 | 0.00 |
| ЛГ-00000982 | 08.05.17 | 22174404 | Ліга ПТВП | 389.16 | 64.86 | 0.00 |
| 321 | 10.05.17 | 40210772 | СПЕЦПРОМДЕМОНТАЖ ТзОВ | 3750.00 | 625.00 | 0.00 |
| 1005 | 10.05.17 | 2511107219 | Квасній М В ФОП /2012 | 12408.00 | 2068.00 | 0.00 |
| РН-0000210 | 10.05.17 | 2590308299 | Яріш Р.Я. ФОП | 12005.00 | 2000.84 | 0.00 |
| РН-0000284 | 10.05.17 | 35047425 | Зварка -Захід Торговий Дім ТзОВ | 2592.00 | 432.00 | 0.00 |
| 23-с | 11.05.17 | 33860223 | Кріон ЛХЗ ТзОВ /2012 | 576.00 | 96.00 | 0.00 |
| 1105 | 11.05.17 | 2511107219 | Квасній М В ФОП /2012 | 12144.00 | 2024.00 | 0.00 |
| РН_0000758 | 12.05.17 | 13816223 | Сокіл ТзОВ /2012 | 21188.80 | 3531.47 | 0.00 |
| 1205 | 12.05.17 | 2511107219 | Квасній М В ФОП /2012 | 9306.00 | 1551.00 | 0.00 |
| РН-0000166 | 15.05.17 | 2827713371 | Ружило В М ФОП /2012 | 60300.00 | 10050.00 | 0.00 |
| 338 | 15.05.17 | 40210772 | СПЕЦПРОМДЕМОНТАЖ ТзОВ | 3750.00 | 625.00 | 0.00 |
| 1505 | 15.05.17 | 2511107219 | Квасній М В ФОП /2012 | 10575.00 | 1762.50 | 0.00 |
| РН-0000774 | 16.05.17 | 13816223 | Сокіл ТзОВ /2012 | 33687.00 | 5614.50 | 0.00 |
| 22 | 16.05.17 | 2565009926 | Гармаш Віра Семенівна ФОП/2012 | 1468.00 | 0.00 | 0.00 |
| РН-0000796 | 17.05.17 | 13816223 | Сокіл ТзОВ /2012 | 21249.00 | 3541.50 | 0.00 |
| 360 | 17.05.17 | 40210772 | СПЕЦПРОМДЕМОНТАЖ ТзОВ | 3750.00 | 625.00 | 0.00 |
| 1705 | 17.05.17 | 2511107219 | Квасній М В ФОП /2012 | 13677.00 | 2279.50 | 0.00 |
| РН-0000172 | 19.05.17 | 2827713371 | Ружило В М ФОП /2012 | 56280.00 | 9380.00 | 0.00 |
| РН-0000366 | 22.05.17 | 23952520 | Кондор ТзОВ /2012 | 1111.70 | 185.28 | 0.00 |
| 173/8 | 22.05.17 | 35578263 | Арс-Кераміка ТОВ /2012 | 383.63 | 63.93 | 0.00 |
| 173/8 | 22.05.17 | 35578263 | Арс-Кераміка ТОВ /2012 | 1034.00 | 172.33 | 0.00 |
| 173/8 | 22.05.17 | 35578263 | Арс-Кераміка ТОВ /2012 | 246.00 | 41.00 | 0.00 |
| РН-0000176 | 23.05.17 | 2827713371 | Ружило В М ФОП /2012 | 60300.00 | 10050.00 | 0.00 |
| 874 | 24.05.17 | 31385415 | Техметал ТзОВ /2012 | 15631.01 | 2605.17 | 0.00 |
| 225/8 | 26.05.17 | 35578263 | Арс-Кераміка ТОВ /2012 | 549.91 | 91.65 | 0.00 |
| 225/8 | 26.05.17 | 35578263 | Арс-Кераміка ТОВ /2012 | 70.99 | 11.83 | 0.00 |
| 393 | 26.05.17 | 40210772 | СПЕЦПРОМДЕМОНТАЖ ТзОВ | 3750.00 | 625.00 | 0.00 |
| 2605 | 26.05.17 | 2511107219 | Квасній М В ФОП /2012 | 13254.00 | 2209.00 | 0.00 |
| РН-0000886 | 29.05.17 | 13816223 | Сокіл ТзОВ /2012 | 54930.20 | 9155.03 | 0.00 |
| 2905 | 29.05.17 | 2511107219 | Квасній М В ФОП /2012 | 10500.00 | 1750.00 | 0.00 |
| 924 | 31.05.17 | 31385415 | Техметал ТзОВ /2012 | 16564.01 | 2760.67 | 0.00 |
| 16 | 31.05.17 | 2599522531 | Проців А.І. | 12240.00 | 2040.00 | 0.00 |
| чеки ПММ | 31.05.17 | 33614922 | ОККО-БІЗНЕС КОНТРАКТ ПП /2014 | 27711.69 | 4618.60 | 0.00 |
| РН-0000189 | 01.06.17 | 2827713371 | Ружило В М ФОП /2012 | 60300.00 | 10050.00 | 0.00 |
| 0206 | 02.06.17 | 2511107219 | Квасній М В ФОП /2012 | 14100.00 | 2350.00 | 0.00 |
| 0606 | 06.06.17 | 2511107219 | Квасній М В ФОП /2012 | 10575.00 | 1762.50 | 0.00 |
| 432 | 07.06.17 | 40210772 | СПЕЦПРОМДЕМОНТАЖ ТзОВ | 3750.00 | 625.00 | 0.00 |
| 0706 | 07.06.17 | 2511107219 | Квасній М В ФОП /2012 | 14100.00 | 2350.00 | 0.00 |
| РН-0000952 | 08.06.17 | 13816223 | Сокіл ТзОВ /2012 | 21607.20 | 3601.20 | 0.00 |
| 0806 | 08.06.17 | 2511107219 | Квасній М В ФОП /2012 | 10350.00 | 1725.00 | 0.00 |
| 0906 | 09.06.17 | 2511107219 | Квасній М В ФОП /2012 | 14100.00 | 2350.00 | 0.00 |
| РН-0000984 | 13.06.17 | 13816223 | Сокіл ТзОВ /2012 | 20378.50 | 3396.42 | 0.00 |
| 1306 | 13.06.17 | 2511107219 | Квасній М В ФОП /2012 | 7050.00 | 1175.00 | 0.00 |
| РН-0000204 | 14.06.17 | 2827713371 | Ружило В М ФОП /2012 | 59850.00 | 9975.00 | 0.00 |
| РН-0001007 | 15.06.17 | 13816223 | Сокіл ТзОВ /2012 | 2067.00 | 344.50 | 0.00 |
| ЛФ-000008408 | 15.06.17 | 35725791 | Українська гірничо-металургійна компанія | 15880.00 | 2646.67 | 0.00 |
| РН-0001008 | 15.06.17 | 13816223 | Сокіл ТзОВ /2012 | 3840.00 | 640.00 | 0.00 |
| 950 | 15.06.17 | 36280539 | Агро-Січ ПП /2012 | 851.50 | 141.92 | 0.00 |
| 483 | 15.06.17 | 40210772 | СПЕЦПРОМДЕМОНТАЖ ТзОВ | 3750.00 | 625.00 | 0.00 |
| РН-0001023 | 19.06.17 | 13816223 | Сокіл ТзОВ /2012 | 840.00 | 140.00 | 0.00 |
| 504 | 20.06.17 | 40210772 | СПЕЦПРОМДЕМОНТАЖ ТзОВ | 3750.00 | 625.00 | 0.00 |
| РН-0000230 | 26.06.17 | 2827713371 | Ружило В М ФОП /2012 | 59850.00 | 9975.00 | 0.00 |
| 51 | 27.06.17 | 33860223 | Кріон ЛХЗ ТзОВ /2012 | 576.00 | 96.00 | 0.00 |
| 18 | 30.06.17 | 2599522531 | Проців А.І. | 8160.00 | 1360.00 | 0.00 |
| чеки ПММ | 30.06.17 | 33614922 | ОККО-БІЗНЕС КОНТРАКТ ПП /2014 | 27758.00 | 4626.31 | 0.00 |

| | | | | | | |
|-------------|----------|------------|--|----------|----------|------|
| PH-0001125 | 03.07.17 | 13816223 | Сокил ТзОВ /2012 | 2768.00 | 451.33 | 0.00 |
| 70507001 | 05.07.17 | 34263376 | Агрозапчастини ТзОВ /2012 | 1807.00 | 301.17 | 0.00 |
| 70507002 | 05.07.17 | 34263376 | Агрозапчастини ТзОВ /2012 | 262.00 | 43.67 | 0.00 |
| 603 | 05.07.17 | 40210772 | СПЕЦПРОМДЕМОНТАЖ ТзОВ | 3750.00 | 625.00 | 0.00 |
| 0607 | 06.07.17 | 2511107219 | Квасній М В ФОП /2012 | 14025.00 | 2337.50 | 0.00 |
| 627 | 08.07.17 | 40210772 | СПЕЦПРОМДЕМОНТАЖ ТзОВ | 3750.00 | 625.00 | 0.00 |
| PH-0000265 | 12.07.17 | 2827713371 | Ружило В М ФОП /2012 | 60750.00 | 10125.00 | 0.00 |
| 643 | 13.07.17 | 40210772 | СПЕЦПРОМДЕМОНТАЖ ТзОВ | 3750.00 | 625.00 | 0.00 |
| 17 | 14.07.17 | 36767759 | ЛЮБАНТА УКРАЇНА ТзОВ | 25116.00 | 4186.00 | 0.00 |
| IM-0000292 | 17.07.17 | 30310631 | Імпульс Фозот-Сервіс /2012 | 850.00 | 141.67 | 0.00 |
| 701 | 18.07.17 | 40210772 | СПЕЦПРОМДЕМОНТАЖ ТзОВ | 3750.00 | 625.00 | 0.00 |
| PH-0001214 | 19.07.17 | 13816223 | Сокил ТзОВ /2012 | 29925.50 | 4987.58 | 0.00 |
| PH-000282 | 20.07.17 | 2827713371 | Ружило В М ФОП /2012 | 60750.00 | 10125.00 | 0.00 |
| 20071 | 20.07.17 | 2511107219 | Квасній М В ФОП /2012 | 14025.00 | 2337.50 | 0.00 |
| PH-000413 | 21.07.17 | 2590308299 | Яріш Р.Я. ФОП | 19962.00 | 3327.00 | 0.00 |
| 1316 | 21.07.17 | 31385415 | Техметал ТзОВ /2012 | 17451.50 | 2908.58 | 0.00 |
| 2107 | 21.07.17 | 2511107219 | Квасній М В ФОП /2012 | 14100.00 | 2350.00 | 0.00 |
| 2407 | 24.07.17 | 2511107219 | Квасній М В ФОП /2012 | 14100.00 | 2350.00 | 0.00 |
| PH-0001257 | 26.07.17 | 13816223 | Сокил ТзОВ /2012 | 46850.00 | 7808.34 | 0.00 |
| 1376 | 27.07.17 | 31385415 | Техметал ТзОВ /2012 | 16524.00 | 2754.00 | 0.00 |
| 1068 | 27.07.17 | 30477609 | Хімпромгурт ТзОВ /2012 | 9516.00 | 1586.00 | 0.00 |
| KY17-011509 | 27.07.17 | 30478644 | Коельнер-Україна ТзОВ | 5537.95 | 922.99 | 0.00 |
| 735 | 27.07.17 | 40210772 | СПЕЦПРОМДЕМОНТАЖ ТзОВ | 3750.00 | 625.00 | 0.00 |
| PH-0001275 | 28.07.17 | 13816223 | Сокил ТзОВ /2012 | 14509.20 | 2418.20 | 0.00 |
| 2807 | 28.07.17 | 2511107219 | Квасній М В ФОП /2012 | 14100.00 | 2350.00 | 0.00 |
| 22 | 31.07.17 | 2599522531 | Проців А.І. | 8160.00 | 1360.00 | 0.00 |
| PH-0000308 | 31.07.17 | 2827713371 | Ружило В М ФОП /2012 | 60750.00 | 10125.00 | 0.00 |
| 3107 | 31.07.17 | 2511107219 | Квасній М В ФОП /2012 | 13950.00 | 2325.00 | 0.00 |
| K-0000208 | 31.07.17 | 37530773 | ЛВС-КРЕЗ ТзОВ /2012 | 117.00 | 19.50 | 0.00 |
| K-00000208 | 31.07.17 | 37530773 | ЛВС-КРЕЗ ТзОВ /2012 | 286.08 | 47.68 | 0.00 |
| чеки ПММ | 31.07.17 | 33614922 | ОККО-БІЗНЕС КОНТРАКТ ПП /2014 | 29644.46 | 4940.78 | 0.00 |
| 03081 | 03.08.17 | 2511107219 | Квасній М В ФОП /2012 | 14100.00 | 2350.00 | 0.00 |
| PH-0000604 | 04.08.17 | 23952520 | Кондор ТзОВ /2012 | 1055.10 | 175.85 | 0.00 |
| PH-0000604 | 04.08.17 | 23952520 | Кондор ТзОВ /2012 | 100.00 | 16.67 | 0.00 |
| 39/8 | 04.08.17 | 35578263 | Арс-Кераміка ТОВ /2012 | 88.00 | 14.67 | 0.00 |
| 39/8 | 04.08.17 | 35578263 | Арс-Кераміка ТОВ /2012 | 152.02 | 25.34 | 0.00 |
| 1351 | 07.08.17 | 36280539 | Агро-Січ ПП /2012 | 104.00 | 17.33 | 0.00 |
| ЛГ-00001831 | 07.08.17 | 22174404 | Ліга ПТВП | 184.11 | 30.68 | 0.00 |
| чеки ПММ | 08.08.17 | 33614922 | ОККО-БІЗНЕС КОНТРАКТ ПП /2014 | 402.15 | 67.03 | 0.00 |
| 1360 | 08.08.17 | 36280539 | Агро-Січ ПП /2012 | 300.00 | 50.00 | 0.00 |
| 08081 | 08.08.17 | 2511107219 | Квасній М В ФОП /2012 | 13950.00 | 2325.00 | 0.00 |
| PH-001340 | 09.08.17 | 13816223 | Сокил ТзОВ /2012 | 1960.20 | 326.70 | 0.00 |
| PH-0000334 | 09.08.17 | 2827713371 | Ружило В М ФОП /2012 | 60750.00 | 10125.00 | 0.00 |
| PH-0001362 | 11.08.17 | 13816223 | Сокил ТзОВ /2012 | 351.12 | 58.52 | 0.00 |
| 29-с | 11.08.17 | 33860223 | Кріон ЛХЗ ТзОВ /2012 | 576.00 | 96.00 | 0.00 |
| PH-0001807 | 11.08.17 | 39010791 | МЕГАЛІТ ПЛЮС ТзОВ | 54800.00 | 9133.33 | 0.00 |
| 827 | 11.08.17 | 40210772 | СПЕЦПРОМДЕМОНТАЖ ТзОВ | 3750.00 | 625.00 | 0.00 |
| 1108 | 11.08.17 | 2511107219 | Квасній М В ФОП /2012 | 14100.00 | 2350.00 | 0.00 |
| 144/8 | 15.08.17 | 35578263 | Арс-Кераміка ТОВ /2012 | 870.00 | 145.00 | 0.00 |
| PH-000499 | 16.08.17 | 2590308299 | Яріш Р.Я. ФОП | 21374.50 | 3562.42 | 0.00 |
| PH-0001391 | 16.08.17 | 13816223 | Сокил ТзОВ /2012 | 3960.00 | 660.00 | 0.00 |
| PH-0001409 | 18.08.17 | 13816223 | Сокил ТзОВ /2012 | 46102.20 | 7683.70 | 0.00 |
| PH-0000365 | 21.08.17 | 2827713371 | Ружило В М ФОП /2012 | 60750.00 | 10125.00 | 0.00 |
| 2108 | 21.08.17 | 2511107219 | Квасній М В ФОП /2012 | 10425.00 | 1737.50 | 0.00 |
| 2508 | 25.08.17 | 2511107219 | Квасній М В ФОП /2012 | 12342.00 | 2057.00 | 0.00 |
| PH-001465 | 29.08.17 | 13816223 | Сокил ТзОВ /2012 | 3990.00 | 665.00 | 0.00 |
| 2908 | 29.08.17 | 2511107219 | Квасній М В ФОП /2012 | 14100.00 | 2350.00 | 0.00 |
| 63 | 29.08.17 | 13821000 | НТК фірма спільне мале підприємство/2012 | 469.26 | 78.21 | 0.00 |
| PH-0001480 | 30.08.17 | 13816223 | Сокил ТзОВ /2012 | 24919.20 | 4153.20 | 0.00 |
| K-00000239 | 30.08.17 | 37530773 | ЛВС-КРЕЗ ТзОВ /2012 | 762.00 | 127.00 | 0.00 |
| K-00000239 | 30.08.17 | 37530773 | ЛВС-КРЕЗ ТзОВ /2012 | 315.00 | 52.50 | 0.00 |
| 3008 | 30.08.17 | 2511107219 | Квасній М В ФОП /2012 | 6975.00 | 1162.50 | 0.00 |
| 28 | 31.08.17 | 2599522531 | Проців А.І. | 24480.00 | 4080.00 | 0.00 |
| 3108 | 31.08.17 | 2511107219 | Квасній М В ФОП /2012 | 9306.00 | 1551.00 | 0.00 |
| чеки ПММ | 31.08.17 | 33614922 | ОККО-БІЗНЕС КОНТРАКТ ПП /2014 | 24874.95 | 4145.86 | 0.00 |
| 1533 | 04.09.17 | 36280539 | Агро-Січ ПП /2012 | 279.00 | 46.50 | 0.00 |
| -0001518 | 05.09.17 | 13816223 | Сокил ТзОВ /2012 | 46702.50 | 7783.75 | 0.00 |
| PH-0000396 | 05.09.17 | 2827713371 | Ружило В М ФОП /2012 | 59850.00 | 9975.00 | 0.00 |
| 0709 | 07.09.17 | 2511107219 | Квасній М В ФОП /2012 | 12408.00 | 2068.00 | 0.00 |
| 33321489 | 07.09.17 | 2553002041 | Маковська Леся Юрївна ФОП /2012 | 500.00 | 0.00 | 0.00 |
| PH-0001559 | 12.09.17 | 13816223 | Сокил ТзОВ /2012 | 40029.01 | 6671.50 | 0.00 |
| PH-0000408 | 13.09.17 | 2827713371 | Ружило В М ФОП /2012 | 59850.00 | 9975.00 | 0.00 |
| 1309 | 13.09.17 | 2511107219 | Квасній М В ФОП /2012 | 14025.00 | 2337.50 | 0.00 |
| 1409 | 14.09.17 | 2511107219 | Квасній М В ФОП /2012 | 12408.00 | 2068.00 | 0.00 |
| 1809 | 18.09.17 | 2511107219 | Квасній М В ФОП /2012 | 12342.00 | 2057.00 | 0.00 |
| PH-0001613 | 19.09.17 | 13816223 | Сокил ТзОВ /2012 | 84215.38 | 14035.90 | 0.00 |
| 1909 | 19.09.17 | 2511107219 | Квасній М В ФОП /2012 | 15726.00 | 2621.00 | 0.00 |

ЗАТВЕРДЖУЮ

Фізична особа-підприємець
Квасній Мирон Васильович
КВАСНИЙ М.В.

ЗАТВЕРДЖУЮ

Товариство з обмеженою відповідальністю
«Виробниче підприємство «Будпромвиріб»
СТЕЦЬКИЙ Л.В.А К Т надання послуг № 1
від 02 лютого 2016р.

Ми, представники Замовника Товариства з обмеженою відповідальністю «Виробниче підприємство «Будпромвиріб», яке є платником податку на прибуток на загальних умовах, в особі генерального директора Стецького Леоніда Васильовича, котрий діє на підставі Статуту, з одного боку, та представник Перевізника фізичної особи – підприємця Квасній Мирон Васильович (платник податку на додану вартість та платник податку з доходів фізичних осіб на загальних підставах), в особі підприємця Кваснія Мирона Васильовича, котрий діє на підставі Свідоцтва про державну реєстрацію, з іншого боку, склали цей акт про те, що ПЕРЕВІЗНИКОМ були проведені такі роботи (надані такі послуги):

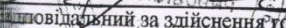
- транспортні послуги з перевезення інертних матеріалів на території ТзОВ «Виробниче підприємство «Будпромвиріб» в с.Грабовець Стрийського району, автомобілем КраЗ 6510 самоскид, ВС 5836 АР, згідно Договору на перевезення вантажу № 100214 від 10.02.2014р., а саме: відпрацьовано 4,0 авто.год за ціною 150,00 грн.(без ПДВ) за 1 авто.год роботи автомобіля.

Загальна вартість робіт (послуг) без ПДВ 600,00 грн. (Шістсот гривень 00 копійок), ПДВ – 120,00 грн. Загальна вартість робіт (послуг) з ПДВ 720,00 грн. (Сімсот двадцять гривень 00 копійок).

Замовник претензій по об'єму, якості та строкам виконання робіт (надання послуг) не має.


Місце складання м.Стрий Львівської області.

ПЕРЕВІЗНИК


Відповідальний за здійснення господарської операції і правильність її оформлення
ФОП Квасній М.В.

ФОП Квасній Мирон Васильович
82400, Львівська область,
с.Стрий, вул.Кобринської, буд.50
ЄДРПОУ 2511107219, т. (03245)32626
ПІН 2511107219, № свідоцтва 72297170
р/р 26052000013033 в
ПАТ «УкрСиббанк», МФО 351005

ЗАМОВНИК


Генеральний директор
Стецький Л.В.

ТзОВ ВП «Будпромвиріб»
82400, Львівська обл., Стрийський р-н.,
с.Грабовець, вул.Поповича, 52-А
ЄДРПОУ 33321489, т. (03245) 4-41-45
ПІН 333214813116, № свід. 18297710
р/р 26003709040613 в АТ «Райффайзен
Банк Аваль» м.Київ, МФО 380805

ЗАТВЕРДЖУЮ
 Директор
 СГ "Початок"
 Сікора Ю



ЗАТВЕРДЖУЮ
 Директор
 ТзОВ "ВП БУДПРОМВИРІБ"




**АКТ № ПО-0000174
 здачі-прийняття робіт (надання послуг)**

Ми, представники Замовника ТзОВ "ВП БУДПРОМВИРІБ" _____, з одного боку, та представник Виконавця СГ "Початок" _____, з іншого боку, склали цей акт про те, що Виконавцем були проведені такі роботи (надані такі послуги) по рахунку № ПО-0000581 від 20.10.17:


- транспортні послуги автомобіля RENAULT PREMIUM - 90 км 1'500.00 грн (сума без ПДВ)

Загальна вартість робіт (послуг) без ПДВ 1'500.00 грн (Одна тисяча п'ятсот гривень 00 копійок), ПДВ 20 % - 300.00 грн, Загальна вартість робіт (послуг) з ПДВ 1'800.00 грн (Одна тисяча вісімсот гривень 00 копійок)
 Сторони претензій одна до одної не мають.

Місце складання:
 Від Виконавця



Від Замовника



* Відповідальний за здійснення господарської операції і правильність її оформлення

20 Жовтня 2017 р.
 СГ "Початок"
 ЄДРПОУ 20819618 тел 0324495571
 Р/р 26001300443377 в ФЛЬВІВСЬКЕ ОБЛАСНЕ
 УПР ВАТОЩАД М.ЛЬВІВ МФО 325796
 ІПН 208196113096, номер свідоцтва 200019464

20 Жовтня 2017 р.
 ТзОВ "ВП БУДПРОМВИРІБ"
 ЄДРПОУ 33321489 тел 0324544145
 ІПН 333214813116, номер свідоцтва 18297710
 Адреса 82435 Львівська обл., Стрийський
 р-н., с.Грабовець, вул.Поповича 52-а

Адреса 82168, Львівська обл., Дрогобицький
 р-н., с.Нижні Гаї

Приватне акціонерне товариство

« ЛЬВІВСЬКИЙ ЗАВОД ЗАЛІЗОБЕТОННИХ ВИРОБІВ № 2 »

Юридична адреса :

79056 м. Львів

вул. Польова, 44

Контактні телефони :

294-03-31 - приймальня

294-04-00 - відділ реалізації

294-04-52 - бухгалтерія

ВІДПУСКНІ ЦІНИ

з 21.05.2018р.

| <i>Назва та марка виробу</i> | <i>Ціна з ПДВ</i> | <i>Назва та марка виробу</i> | <i>Ціна з ПДВ</i> |
|--------------------------------------|-----------------------|----------------------------------|-----------------------|
| <i>Бетон товарний</i> | | <i>Перемички</i> | |
| Б-н М – 100 ф 5 х 20 / 20 х 40 куб м | 1750-00 / 1700-00 | 2 ПБ - | |
| Б-н М – 150 ф 5 х 20 / 20 х 40 | 1920-00 / 1850-00 | 2 ПБ- 10- 1п шт | 142-00 |
| Б-н М – 200 ф 5 х 20 / 20 х 40 | 2035-00 / 1955 -00 | 2 ПБ- 13- 1п | 165-00 |
| Б-н М – 250 ф 5 х 20 / 20 х 40 | 2105-00 / 2025-00 | 2 ПБ- 15- 1п | 175-00 |
| Б-н М – 300 ф 5 х 20 / 20 х 40 | 2240-00 / 2175-00 | 2 ПБ- 16- 2п | 185-00 |
| Б-н М – 400 ф 5 х 20 / 20 х 40 | 2460-00 / 2380-00 | 2 ПБ- 17- 2п | 198-00 |
| <i>Розчин цементний</i> | | 2 ПБ- 19- 2п | 222-00 |
| Р-н М - 50 куб м | 1400-00 | 2 ПБ- 22- 3п | 257-00 |
| Р-н М – 100 | 1490-00 | 2 ПБ- 25- 3п | 273-00 |
| Р-н М – 150 | 1570-00 | 2 ПБ- 26- 4п | 305-00 |
| | | 2 ПБ- 29- 4п | 337-00 |
| <i>Блоки фундаментні</i> | | 2 ПБ- 30- 4п | 360-00 |
| ФБС- 9- 3- 6т шт | 460-00 | | |
| ФБС- 9- 4- 6т | 515-00 | 3 ПБ - | |
| ФБС- 9- 5- 6т | 580-00 | 3 ПБ- 13- 37п шт | 300-00 |
| ФБС- 9- 6- 6т | 650-00 | 3 ПБ- 16- 37п | 338-00 |
| ФБС- 12- 3- 6т | 555-00 | 3 ПБ- 18- 37п | 374-00 |
| ФБС- 12- 4- 6т | 650-00 | 3 ПБ- 21- 8п | 385-00 |
| ФБС- 12- 5- 6т | 725-00 | 3 ПБ- 25- 8п | 445-00 |

| | | | |
|---------------------------------|---------|---|-------------------------------|
| ФБС- 12- 6- 6т | 865-00 | 3 ПБ- 27- 8п | 483-00 |
| ФБС- 24- 3- 6т | 895-00 | 3 ПБ- 30- 4п | 530-00 |
| ФБС- 24- 4- 6т | 1125-00 | 3 ПБ- 34- 4п | 625-00 |
| ФБС- 24- 5- 6т | 1320-00 | 3 ПБ- 36- 4п | 660-00 |
| ФБС- 24- 6- 6т | 1600-00 | 3 ПБ- 39- 8п | 770-00 |
| | | 4 ПБ - | |
| Плитка тротуарна | | 4 ПБ- 30- 4п шт | 1340-00 |
| 3 К-6 (0,30 х 0,30 м) шт | 50-00 | 4 ПБ- 42- 8п | 1490-00 |
| 6 К-7 (0,50 х 0,50 м) | 110-00 | 4 ПБ- 44- 8п | 1585-00 |
| 7 К-8 (0,75 х 0,75 м) | 290-00 | 4 ПБ- 48- 8п | 1620-00 |
| | | 4 ПБ- 50- 8п | 1705-00 |
| Бордюр газонний | | 4 ПБ- 54- 8п | 1800-00 |
| БР- 100- 20- 8 (L= 1,0 м) шт | 125-00 | 4 ПБ- 60- 8п | 2050-00 |
| | | 5 ПБ - | |
| Бордюр дорожний | | 5 ПБ- 18- 37п | 890-00 |
| | | 5 ПБ- 21- 27п | 980-00 |
| БР- 300- 30- 18 (L= 3,0 м) шт | 935-00 | 5 ПБ- 25- 37п | 1265-00 |
| БР- 100- 30- 18 (L= 1,0 м) | 215-00 | 5 ПБ- 27- 37п | 1770-00 |
| | | 5 ПБ- 30- 37п | 2195-00 |
| Блоки керамзитобетонні | | 5 ПБ- 31- 27п | 2240-00 |
| БСКЦ- 1 шт | | 5 ПБ- 34- 20п | 2345-00 |
| | | 5 ПБ- 36- 20п | 2415-00 |
| Прогони ПР | | Сходові площадки | |
| ПР- 45- 4.4- 3 (4) шт | 4300-00 | 2 СП 35. 18- 4к-1 шт | 4400-00 |
| ПР- 60- 4.4- 3 (4) | 9900-00 | 2 СП 22. 12- 4к-1 | 2250-00 |
| Прогони ПРГ | | 2 СП 22. 15- 4к-1 | 2490-00 |
| ПРГ- 60- 2.5- 4т шт | 8450-00 | 2 СП 25. 12- 4к-1 | 2405-00 |
| ПРГ- 36- 1.4- 4т | 1900-00 | 2 СП 25. 15- 4к-1 | 2970-00 |
| ПРГ- 32- 1.4 –4т | 1810-00 | Фундаментні подушки (1-ша нагрузка) | 3600-00 грн./ куб м |
| ПРГ- 28- 1.3 –4т | 1390-00 | ФЛ- 6– 12- 1 шт | |
| Панелі покриття ребр. | | ФЛ- 6- 24- 1 | |
| ПР- 3- 48.15. 3 шт | 3950-00 | ФЛ- 8- 12- 1 | |
| ПР- 3- 60.15. 3 | 4740-00 | ФЛ- 8- 24- 1 | |

| | | | |
|------------------------------------|----------------|--|--------------------------------|
| ПР- 3 –63.15. 3 | 5040-00 | ФЛ- 10- 8- 1 | |
| <i>Панелі перекриття</i> | | ФЛ- 10- 12- 1 | |
| ПР- 63. 15-8 АтVТ шт | 11400-00 | ФЛ- 10- 24- 1 | |
| ПР- 60. 15-8 АтVТ | 9840-00 | <i>Фундаментні подушки (1-ша нагрузка)</i> | 4050-00 грн./ куб м |
| <i>Плити плоскі 1 куб м</i> | 5880-00 | ФЛ- 12- 8- 1 | |
| ПТ- 12.5- 8.6 шт | | ФЛ- 12- 12- 1 | |
| ПТ- 12.5- 11.9 | | ФЛ- 12- 24- 1 | |
| ПТ- 12.5- 16.14 | | ФЛ- 14- 8- 1 | |
| ПТ- 12.5- 13.13 | | ФЛ- 14- 12- 1 | |
| ПТ- 8- 11.9 | | ФЛ- 14- 24- 1 | |
| ПТ- 8- 16.14 | | ФЛ- 16- 8- 1 | |
| ПТ- 8- 13.13 | | ФЛ- 16- 12- 1 | |
| ПТП- 8- 16 | | ФЛ- 16- 24- 1 | |
| ПТП- 11- 9 | | ФЛ- 20- 8- 1 | |
| ПТП- 13- 8 | | ФЛ- 20- 12- 1 | |
| ПТП- 17- 4 | | ФЛ- 20- 24- 1 | |
| ПТП- 18- 16 | | ФЛ- 24- 8- 1 | |
| ПТП- 26- 6 (з отвором) | | ФЛ- 24- 12- 1 | |
| ПТП- 26- 6 (без отвора) | | ФЛ- 24- 24- 1 | |
| <i>Плити плоскі Перекриття</i> | | <i>Фундаментні подушки (2-а нагрузка)</i> | 3900-00 грн. / куб м |
| ПТП- 18- 12 шт | | ФЛ – 8- 12- 2 шт | |
| ПТП- 18- 16 | | ФЛ- 8- 24- 2 | |
| ПТП- 24- 12 | | ФЛ- 10- 8 -2 | |
| ПТП- 24- 16 | | ФЛ- 10- 12- 2 | |
| ПТП- 26- 8 | | ФЛ- 10- 24- 2 | |
| ПТП- 26- 12 | | <i>Фундаментні подушки (2-а нагрузка)</i> | 4480-00 грн. / куб м |
| ПТП- 26- 16 | | ФЛ- 12- 8- 2 | |
| ПТП- 28- 8 | | ФЛ- 12- 12- 2 | |
| ПТП- 32- 12 | | ФЛ- 12- 24- 2 | |
| ПТП- 30- 12 | | ФЛ- 14- 8 -2 | |
| ПТП- 30- 15 | | ФЛ- 14- 12- 2 | |
| ПТП- 30- 9 | | ФЛ- 14- 24- 2 | |
| ПТП- 20- 10 | | ФЛ- 16- 8- 2 | |
| ПТП- 22- 14 | | ФЛ- 16- 12- 2 | |

| | | | |
|--------------------------------------|---------|------------------------------------|-----------|
| ПТП- 27- 12 | | ФЛ- 16- 24 -2 | |
| ПТП- 16- 7 | | ФЛ- 20- 8 -2 | |
| Сходові марші | | ФЛ- 20- 12 -2 | |
| СМ 27- 12- 14 шт | 3680-00 | ФЛ- 20- 24 -2 | |
| СМ 27- 11- 14 | 3110-00 | ФЛ- 24- 8 -2 | |
| СМ 30 -12 -15 | | 3-я нагрузка грн./ куб м | 4160/4750 |
| СМ 30 -11 -15 | | 4-а нагрузка грн. / куб м | 4330/4890 |
| Плити покриття 3x12 м | | П а л і | |
| 2 ПГ- 12- 5 шт | | ЧОТИРЬОХСТЕРЖНЕВІ (ненапружені) | |
| 2 ПГ- 12- 4 | | С – 4- 30– 6 шт | |
| 2 ПГ- 12- 3 | | С- 5- 30 -6 | |
| 1 ПГ- 12- 4 | | С- 6- 30 -6 | |
| 1 ПГ- 12- 3 | | С- 7- 30 -6 | |
| Плити покриття 3x6 м | | С- 8- 30 -6 | |
| ПГ- 5 шт | | С- 9- 30 -6 | |
| ПГ- 4 | | С- 10- 30 -6 | |
| ПГ- 3 | | С- 6- 30 -8 | |
| Плити балконні | | С- 7- 30 -8 | |
| ПБК- 9- 12 шт | 1120-00 | С- 8- 30 -8 | |
| ПБК- 15- 12 | 2050-00 | С- 9- 30 -8 | |
| ПБК- 25- 12 | 3180-00 | С- 10- 30 -8 | |
| ПБК- 27- 12 | 3370-00 | С- 11 -30 -8 | |
| ПБК- 33- 12 | 4180-00 | С- 12- 30 -8 | |
| ПБК- 27- 12 (права/ліва) | | С- 8- 30 -9 | |
| Плити огороження балконів | | С- 9- 30 -9 | |
| | | С- 10- 30 -9 | |
| ПОБ- 9- 11 шт | | С- 11- 30 -9 | |
| ПОБ- 12- 11 | | Фундаментні балки | |
| ПОБ- 16- 11 | | Н А П Р У Ж Е Н І | |
| ПОБ- 25- 11 | | ФБ- 6- 1 шт | |
| ПОБ- 27- 11 | | ФБ- 6- 2 | |
| ПОБ- 28- 11 | | ФБ- 6- 3 | |
| ПОБ- 33- 11 | | ФБ- 6- 4 | |
| ПОБ- 34- 11 | | ФБ- 6- 5 | |

| | | | | |
|---------------------------|----|---------|------------------------------|------------|
| | | | ФБ- 6- 6 | |
| ПОБ- 16- 11 (права/ліва) | | | ФБ- 6- 7 | |
| ПОБ- 28- 11 (права/ліва) | | | ФБ- 6- 8 | |
| ПОБ- 34 -11 (права/ліва) | | | ФБ- 6- 9 | |
| <i>Плити парпетні</i> | | | ФБ- 6- 10 | |
| ПП- 13- 6т | шт | 450-00 | Н Е Н А П Р У Ж Е Н І | |
| ПП- 13- 5т | | 370-00 | 1 БФ- 6- 1 | |
| ПП- 5- 5т | | 220-00 | 1 БФ- 6- 2 | |
| <i>Опорні подушки</i> | | | 1 БФ- 6- 3 | |
| ОП- 4.4-т | шт | 385-00 | 1 БФ- 6- 4 | |
| ОП- 5.2-т | | | 1 БФ- 6- 5 | |
| ОП- 5.4-т | | 430-00 | 1 БФ- 6- 6 | |
| ОП- 6.2-т | | | 1 БФ- 6- 7 | |
| ОП- 6.4-т | | 640-00 | 1 БФ- 6- 8 | |
| <i>Плити дорожні</i> | | | 1 БФ- 6- 9 | |
| | | | 1 БФ- 6- 10 | |
| 1П –30- 20- 30 | шт | 6550-00 | 1 БФ- 6- 11 | |
| 1П- 30- 15- 30 | | 6200-00 | 1 БФ- 6- 12 | |
| | | | 1 БФ- 6- 13 | |
| <i>Плити огорожі</i> | | | 1 БФ- 6- 14 | |
| | | | | |
| П- 6В (4,0 х 2,2 м) | шт | 4960-00 | <i>Стояки електрич. опор</i> | |
| П – 5В (4,0 х 2,2 м) | | 3830-00 | | |
| | | | СВ- 9,5- 2,0 | шт 2820-00 |
| <i>Фундаменти огорожі</i> | | | СВ- 10,5- 3,6 | 3760-00 |
| Ф- 1 | шт | 990-00 | СВ- 10,5- 5,0 | 4650-00 |
| Ф- 2 | | 1160-00 | | |

| <i>Балки ОБТ</i> | 1 куб м | <i>Кільця каналізаційні</i> | |
|------------------|---------|---|------------|
| | | КО 6 | 320-00 |
| | | КС - 7 -3 | 510-00 |
| | | КС - 7 -9 | шт 1030-00 |
| | | КС- 10- 3 | 670-00 |
| | | КС- 10 -6 | 980-00 |
| | | КС- 10 -9 | 1240-00 |
| | | КС- 15 -3 | 940-00 |
| | | КС- 15 -6 | 1240-00 |
| ОБТ- 24 | шт | КС- 15 -9 | 1790-00 |
| ОБТ- 25 | | КС- 20- 3 | 1400-00 |
| ОБТ- 26 | | КС- 20- 6 | 2180-00 |
| ОБТ- 27 | | КС- 20- 9 | 3050-00 |
| ОБТ- 28 | | <i>Днища кілець каналізац.</i> | |
| ОБТ- 29 | | | |
| ОБТ- 30 | | ПН 10 (КЦД- 10) | 1440-00 |
| ОБТ- 31 | | ПН 15 (КЦД- 15) | 2930-00 |
| ОБТ- 32 | | ПН 20 (КЦД-20) | 5080-00 |
| ОБТ- 33 | | | |
| ОБТ- 34 | | <i>Кришки кілець каналізац.</i> | |
| ОБТ- 35 | | КЦП 1-7 | 715-00 |
| ОБТ- 36 | | ПП 10-2 (КЦП-10) | 1220-00 |
| ОБТ- 37 | | 1 ПП 15-2 (КЦП-15) | 2500-00 |
| ОБТ- 38 | | 1 ПП 20-2 | 5370-00 |
| ОБТ- 39 | | | |
| ОБТ-40 | | <i>Кришки з люком для Каналізаційних кілець</i> | |
| ОБТ- 41 | | КЛ-1 | шт 510-00 |
| ОБТ- 42 | | ППЛ 10-2 (КЦПЛ-10) | 1390-00 |
| ОБТ- 43 | | 1ППЛ 15-2 (КЦПЛ- 15) | 3340-00 |
| | | 1ППЛ 20-2 (КЦПЛ- 20) | 5730-00 |
| ОБТ- 44 | | <i>Труби бетонні</i> | |
| ОБТ- 45 | | | |
| ОБТ- 46 | | БТ- 100- 2,5 | шт 6300-00 |
| ОБТ- 47 | | БТ- 80- 2,5 | 4560-00 |
| ОБТ- 48 | | БТ- 60- 2,5 | 2720-00 |
| ОБТ- 49 | | БТ- 50- 2,5 | 2240-00 |

| | | | |
|--------------------------|---------------|------------------------------|-------------|
| ОБТ- 50 | | <i>Плити нахату</i> | |
| ОБТ- 51 | | | |
| ОБТ- 52 | | НА – 21 | шт 230-00 |
| ОБТ- 53 | | | |
| ОБТ- 54 | | <i>Сітка цегляної кладки</i> | |
| ОБТ- 55 | | | |
| ОБТ- 56 | | С Ц К | тн 40000-00 |
| ОБТ- 57 | | | |
| ОБТ- 58 | | <i>Лотки</i> | |
| ОБТ- 59 | | ЛЗ- 8 | шт 2230-00 |
| ОБТ- 60 | | ЛК- 300- 60- 60- 4 | 2130-00 |
| ОБТ- 61 | | ЛК- 300-120-60-10 | 3880-00 |
| ОБТ- 62 | | ЛК- 300-120-60- 5 | 3830-00 |
| ОБТ- 63 | | ЛК- 300- 60- 40 | 1860-00 |
| ОБТ- 64 | 2700-00 | | |
| | | <i>Кришки лотків</i> | |
| | | П5- 8 б | 1530-00 |
| | | П5- 8 а | 1700-00 |
| | | П7- 5 а | 2040-00 |
| | | П8- 11 а | 3200-00 |
| <i>Балки ПВ</i> | | <i>Перемички-балки З ПП</i> | |
| | | 3 ПП –14- 71 | 1280-00 |
| ПВ - 28 | 2050-00 | 3 ПП- 16- 71 | 1460-00 |
| ПВ - 33 | 3600-00 | 3 ПП- 18- 71 | 1650-00 |
| | | 3 ПП- 21- 71 | 1920-00 |
| <i>Сходові марші С 7</i> | | 3 ПП- 27- 71 | 2420-00 |
| | | 3 ПП- 30- 10 | 1870-00 |
| 1СМ 30-12-15.4 | шт 4300-00 | | |
| 1СМ 30-12-15.4 | труб. 4370-00 | | |
| 1СМ 30-12-15.4 – С труб. | 4600-00 | | |
| 1СМ 30-12-15.4 - С ліві | 4540-00 | | |
| 1СМ 30-12-15.4 – С | 4540-00 | | |
| 1СМ 27-12-15.4 – С | 3870-00 | | |
| 1СМ 27-11-15.4 – С | 3260-00 | | |
| | | | |