

Київський національний торговельно-економічний університет
Кафедра міжнародного менеджменту

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА – СУБ'ЄКТА
ЗЕД**

(за матеріалами ТОВ «ТД Рось и КО» , м. Київ)

Студента 2 курсу, _ групи,
спеціальності 073 «Менеджмент»
спеціалізації «Менеджмент
зовнішньоекономічної діяльності»
)

Бондар Олександр
Васильович

Науковий керівник
науковий ступінь
вчене звання

Слоква Марина
Григорівна, к.е.н.,
(підпис керівника) доцент

Гарант освітньої
програми науковий
ступінь вчене звання

Серова Людмила
Петрівна, к.е.н.,
(підпис гаранта) доцент

Київ 2021

РЕФЕРАТ

Робота містить 92 сторінки, 29 таблиць, 20 рисунків, список використаних джерел з 24 найменувань

«МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА – СУБ'ЄКТА ЗЕД» (за матеріалами ТОВ «ТД Рось и КО» , м. Київ)

Об'єктом дослідження є маркетингова діяльність ТОВ «Торговий Дім Рось і Ко».

Предметом дослідження є прикладні аспекти розробки та впровадження маркетингової стратегії підприємства на зовнішніх ринках.

Метою роботи є розробка заходів щодо удосконалення маркетингової діяльності ТОВ «Торговий Дім Рось і Ко» на зовнішніх ринках.

Відповідно до мети встановлено наступні завдання дослідження:

- здійснити аналіз фінансово-економічної діяльності підприємства;
- провести аналіз ефективності маркетингової стратегії;
- провести аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства;
- здійснити оцінку експортного потенціалу підприємства;
- надати пропозиції щодо удосконалення маркетингової стратегії та маркетингової діяльності підприємства;
- здійснити прогнозне оцінювання ефективності запропонованих заходів та їх вплив на результати діяльності підприємства.

Практичне значення одержаних результатів полягає в узагальненні стану зовнішнього та внутрішнього середовища організації, виявленні стану експортного потенціалу та розробці маркетингової стратегії для внутрішнього та зовнішнього ринків.

Рік виконання роботи 2021

Рік захисту роботи 2021

Ключові слова: маркетинг, маркетингова стратегія, маркетингова діяльність, експорт, ефективність.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ СПЕЦИФІКИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	6
1.1 Аналіз фінансово-економічної діяльності підприємства	6
1.2 Аналіз ефективності маркетингової стратегії підприємства	18
1.3 Аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства	25
Висновки до розділу 1.....	35
РОЗДІЛ 2. УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА	37
2.1 Оцінка експортного потенціалу підприємства	37
2.2 Пропозиції щодо удосконалення маркетингової стратегії та маркетингової діяльності підприємства.....	44
2.3 Прогнозне оцінювання ефективності запропонованих заходів та їх вплив на результати діяльності підприємства.....	52
Висновки до розділу 2.....	60
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	63
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	66
ДОДАТКИ	69

ВСТУП

Актуальність теми. Швидкий розвиток призвів до появи нових тенденцій у міжнародній торгівлі, розширення високотехнологічних виробництв та безперервного надання послуг, найбільш придатних для потреб населення. Споживачі ставлять все більші вимоги до товарів та послуг, і вони вважають, що необхідно постійно оновлювати та вдосконалювати види товарів, щоб забезпечити їхнє життя, розвиток та комфортне життя у суспільстві. Це вимагає від компаній не лише постійного пошуку шляхів розширення своєї діяльності, а й постійного пошуку базових інструментів, які б могли зберегти їхні позиції на ринку. Ці інструменти є лише сучасними маркетинговими стратегіями і відіграють важливу роль у формулюванні загальної стратегії діяльності господарюючих суб'єктів. Тому в сучасних умовах надзвичайно важливо вміти обирати та успішно реалізовувати маркетингову стратегію, яка найбільш органічно відповідає загальній стратегії компанії.

Формулювання маркетингових стратегій необхідне для забезпечення ефективності маркетингової та комерційної діяльності у бізнесі. Реалізація маркетингових стратегій вимагає гнучкості, розуміння, адаптованості та здатності впливати на ринок за допомогою відповідних та ефективних методів маркетингу за певних обставин. Більшість стратегічних і важливих рішень компанії зазвичай розглядаються з боку маркетингу. Створення нових підприємств, розвиток нових сегментів ринку, політика дистриб'юторів, скорочення або розширення асортименту продуктів, злиття та поглинання, вибір нових постачальників та партнерів - усі ці та багато інших рішень приймаються у маркетингових стратегіях.

Отже, успіх підприємства та його конкурентоспроможність залежать від ефективності його маркетингової стратегії.

Для компаній, представлених на українському ринку будівельних матеріалів, за сучасних економічних та політичних умов, щорічно необхідно

переглядати маркетингові стратегії, щоб стимулювати попит та розробляти нові рішення для своєї діяльності. Рівень конкурентоспроможності цих компаній визначається тим, чи готова компанія швидко змінити свою маркетингову стратегію для стимулювання попиту.

Теоретичним аспектам стратегічного маркетингу, формуванню маркетингових стратегій приділяється значна увага в працях Араспанова О.Ю., Виноградова О. В., Кудренко Д., Майстренко Ю.В., Миронова К., Петровська І.П., Рябова З.В. та ін. Дослідженню досвіду функціонування торговельних підприємств на ринку будівельних матеріалів присвячені роботи таких вітчизняних вчених, як Лагоцька Н. З., Бавико О. Є., Пасічник В., Борейко В.І., Притула М.Ю..

Метою роботи є розробка заходів щодо удосконалення маркетингової діяльності ТОВ «Торговий Дім Рось і Ко» на зовнішніх ринках.

Відповідно до мети встановлено наступні завдання дослідження:

- здійснити аналіз фінансово-економічної діяльності підприємства;
- провести аналіз ефективності маркетингової стратегії;
- провести аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства;
- здійснити оцінку експортного потенціалу підприємства;
- надати пропозиції щодо удосконалення маркетингової стратегії та маркетингової діяльності підприємства;
- здійснити прогностичне оцінювання ефективності запропонованих заходів та їх вплив на результати діяльності підприємства.

Об'єктом дослідження є маркетингова діяльність ТОВ «Торговий Дім Рось і Ко».

Предметом дослідження є прикладні аспекти розробки та впровадження маркетингової стратегії підприємства на зовнішніх ринках.

Основними методами, що було використано під час проведення дослідження були: аналіз, синтез, узагальнення, статистичний, табличний, графічний.

Інформаційну базу дослідження склали законодавчі акти України, офіційні дані Державної служби статистики України та Національного банку України, дані оглядів щодо розвитку ринку будівництва та ринку будівельних матеріалів, фінансові звіти підприємства, результати власних досліджень, інтернет-ресурси та наукові публікації.

Випускна кваліфікаційна робота складається зі вступу, 2 розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків, обсягом 71 сторінка, містить 20 рисунків, 29 таблиць, додатку, список використаних джерел з 24 найменувань.

За результатами дослідження було підготовлено та опубліковано статтю на тему Стратегічні аспекти управління експортною діяльністю підприємства.



РОЗДІЛ 1

ДОСЛІДЖЕННЯ СПЕЦИФІКИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

1.1 Аналіз фінансово-економічної діяльності підприємства

На сьогодні ТОВ «ТД РОСЬ І КО» функціонує на ринку роздрібної та оптової торгівлі будівельними матеріалами із 2006 року. Знаходиться підприємство за адресою м. Київ, вул. Верхній Вал, 20. Основні відомості щодо підприємства відображено на рис. 1.1.

Повне найменування юридичної особи	•ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ ТОРГОВИЙ ДІМ РОСЬ І КО
Скорочена назва	•ТОВ «ТД РОСЬ І КО»
Код ЄДРПОУ	•34603876
Дата реєстрації	•26.10.2006
Уповноважені особи	•БОНДАР ПОЛІНА ВАЛЕНТИНІВНА
Розмір статутного капіталу	•37 500,00 грн.
Організаційно-правова форма	•Товариство з обмеженою відповідальністю
Форма власності	•Недержавна власність
Види діяльності	
Основний:	•47.52 Роздрібна торгівля залізними виробами, будівельними матеріалами та санітарно-технічними виробами в спеціалізованих магазинах
Інші:	•16.23 Виробництво інших дерев'яних будівельних конструкцій і столярних виробів •46.73 Оптова торгівля деревиною, будівельними матеріалами та санітарно-технічним обладнанням •46.90 Неспеціалізована оптова торгівля
Місцезнаходження юридичної особи:	•04071, м.Київ, Подільський район, ВУЛИЦЯ ВЕРХНІЙ ВАЛ, будинок 20

Рис. 1.1. Загальна інформація про підприємство ТОВ «ТД РОСЬ І КО»

Джерело: сформовано автором

Основною метою діяльності підприємства є отримання прибутку.

Проаналізуємо динаміку активів підприємства (табл. А.1 додатку А).

За даними табл. А.1 можемо зробити висновок, що протягом 2016-2020 років компанія мала чітку динаміку до скорочення активів із рівня в 236,005 млн. грн. в 2016 році до 209,234 млн. грн. в 2020 році. Фактично за досліджуваний період обсяг активів скоротився на -11,3%. Оборотні активи компанії за 5 років скоротилися на 61,2% із рівня в 121,067 млн. грн. в 2016 році до рівня в 46,949 млн. грн. в 2020 році. Необоротні активи, навпаки, протягом досліджуваного періоду зросли на 41,19% із рівня в 114,938 млн. грн. в 2016 році до рівня в 162,286 млн. грн. в 2020 році.

Проаналізуємо динаміку пасивів підприємства (табл. А.2 додатку А).

Як свідчать дані табл. А.2, протягом 2016-2020 рр. власний капітал підприємства мав чітку динаміку до зростання із рівня в 59,856 млн. грн. в 2016 році до рівня в 141,053 млн. грн. в 2020 році, тобто обсяг власного капіталу за 5 років збільшився на 135,6%.

Поточні зобов'язання протягом досліджуваного періоду мали динаміку до скорочення із рівня в 176,097 млн. грн. в 2016 році до рівня в 67,790 млн. грн. в 2020 році, тобто вони скоротилися на 61,5%.

Проаналізуємо динаміку фінансових результатів підприємства.

Динаміка чистого доходу від реалізації продукції на ТОВ «ТД РОСЬ І КО» в 2016-2020 рр. відображена на рис. 1.2.

За даними рис. 1.2 можемо зробити висновок, що протягом 2016-2017 рр. та 2019-2020 рр. відбувалося щорічне зростання чистого доходу від реалізації продукції. Чистий дохід протягом 2017 року збільшився на 13,3% до рівня в 132,973 млн. грн. В 2018 році чистий дохід від реалізації продукції зменшився на 7,6% до рівня в 122,814 млн. грн. За 2019 рік чистий дохід збільшився на 30,2% до рівня в 159,946 млн. грн. В 2020 році обсяг чистого доходу зріс на 22,4% до рівня в 195,741 млн. грн.. Зростання чистого доходу відбувалося за рахунок збільшення обсягів реалізації продукції підприємства.

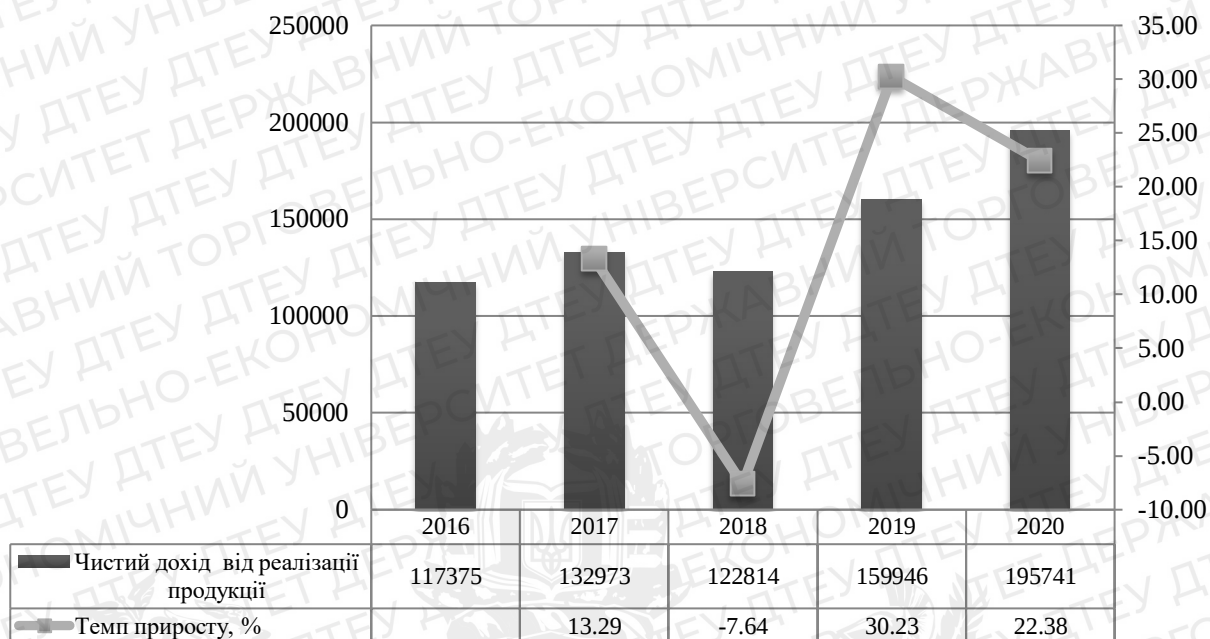


Рис. 1.2. Динаміка чистого доходу від реалізації продукції ТОВ «ТД РОСЬ І КО» в 2016-2020 рр., тис. грн.

Джерело: сформовано на основі фінансової звітності підприємства

Динаміка інших операційних доходів ТОВ «ТД РОСЬ І КО» в 2016-2020 рр. відображена на рис. 1.3. Відповідно до даної динаміки протягом 2016-2020 років інші операційні доходи мали наступні тенденції:

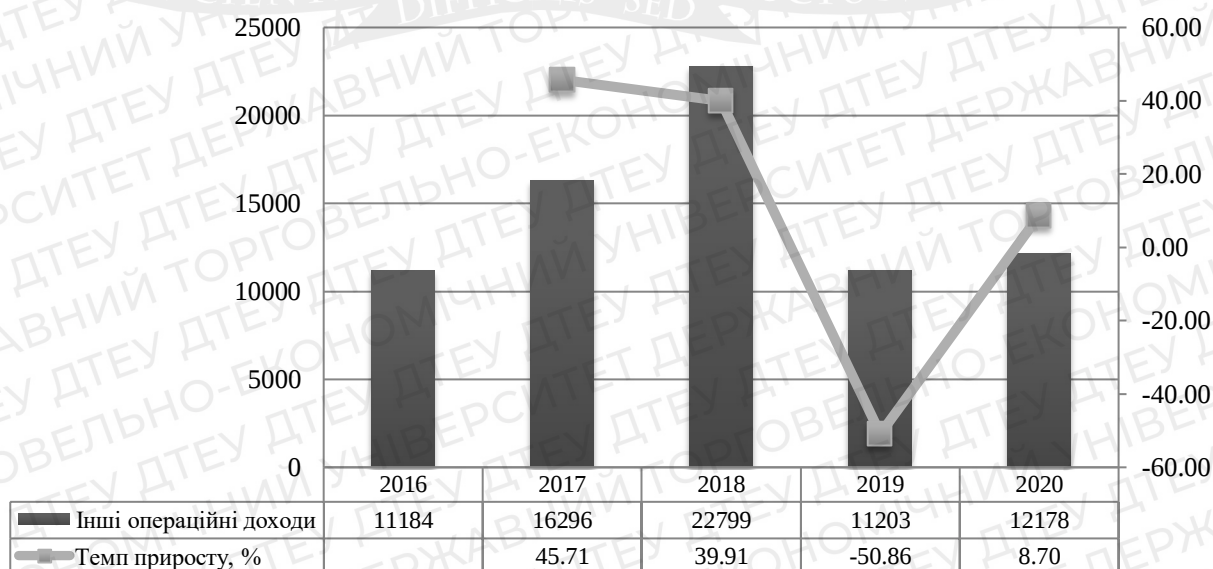


Рис. 1.3. Динаміка інших операційних доходів ТОВ «ТД РОСЬ І КО» в 2016-2020 рр., тис. грн.

Джерело: сформовано на основі фінансової звітності підприємства

- протягом 2016-2018 рр. мали динаміку до зростання із рівня в 11,184 млн. грн. в 2016 році до рівня в 22,799 млн. грн. в 2018 році;
- скоротилися на 51% в 2019 році до рівня в 11,203 млн. грн.;
- в 2020 році зросли на 8,7% до рівня в 12,178 млн. грн.

Динаміка валового прибутку ТОВ «ТД РОСЬ І КО» в 2016-2020 рр. відображено на рис. 1.4.

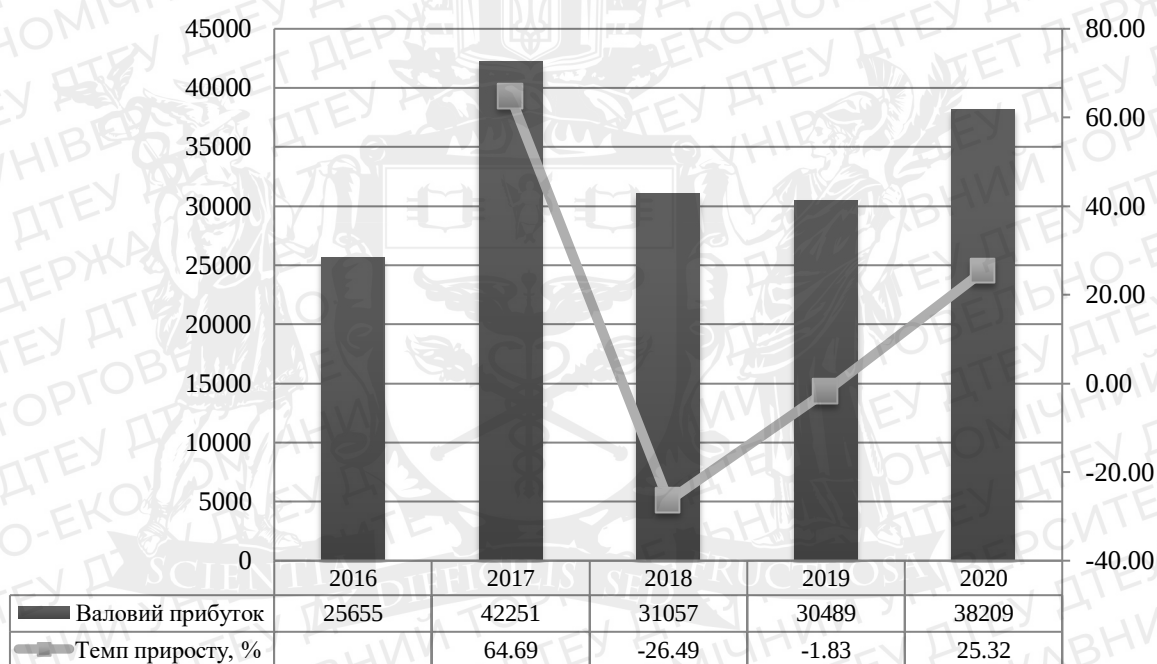


Рис. 1.4. Динаміка валового прибутку ТОВ «ТД РОСЬ І КО» в 2016-2020 рр., тис. грн.

Джерело: сформовано на основі фінансової звітності підприємства

У відповідності до даних рис. 1.4 можемо зробити висновок, що валовий прибуток протягом 2016-2017 рр. мав динаміку до зростання із рівня в 25,655 млн. грн. до рівня в 42,251 млн. грн., тобто на 65%. Проте протягом 2018-2019 рр. валовий прибуток підприємства мав динаміку до скорочення на 27% в 2018 році до рівня в 31,057 млн. грн., проте в 2019 році при скороченні на 1,83% становив 30,489 млн. грн.. В 2020 році відбулося

зростання валового прибутку підприємства до рівня в 38,209 млн. грн., або на 25,32% за рахунок збільшення обсягів чистого доходу.

Динаміка собівартості реалізації продукції ТОВ «ТД РОСЬ І КО» в 2018-2020 рр. відображено на рис. 1.5.

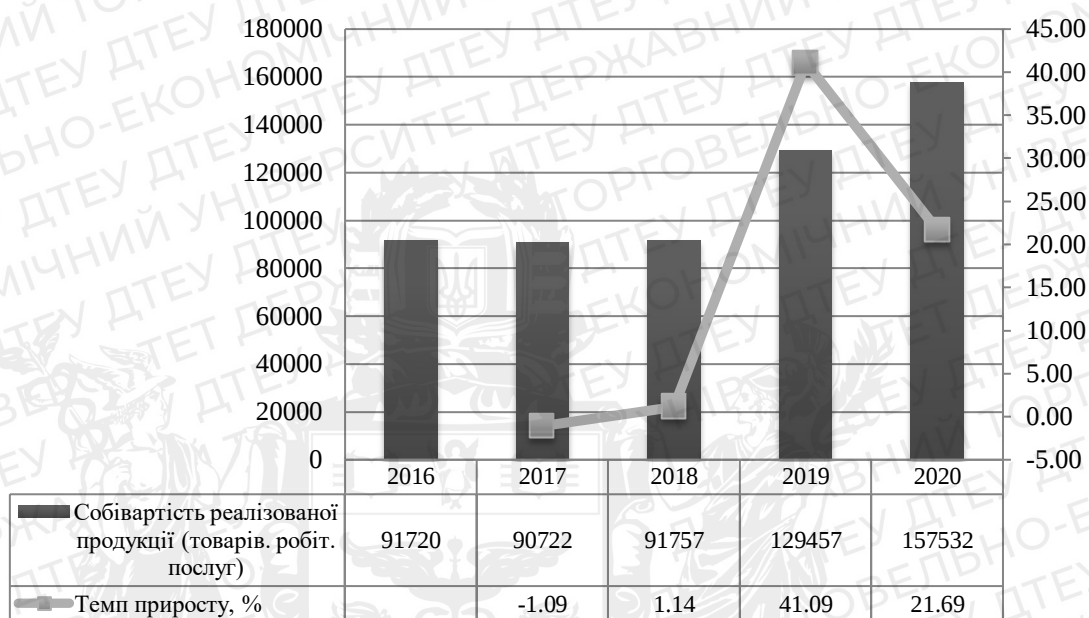


Рис. 1.5. Динаміка собівартості реалізації продукції ТОВ «ТД РОСЬ І КО» в 2016-2020 рр., тис. грн.

Джерело: сформовано на основі фінансової звітності підприємства

Протягом 2016 року собівартість реалізації продукції становила 91,720 млн. грн., проте в 2017 році показник скоротився на 1,09% до рівня в 90,722 млн. грн. Проте протягом 2018-2020 років відбувалося щорічне зростання обсягів собівартості реалізованої продукції із рівня в 91,757 млн. грн. в 2018 році до 129,457 млн. грн. (+41,09%) в 2019 році, та до рівня в 157,532 млн. грн. в 2020 році (+21,69%). Дане зростання відбувалося за рахунок зростання закупівельної ціни на будівельні матеріали, що реалізує ТОВ «ТД РОСЬ І КО».

Динаміка інших операційних витрат ТОВ «ТД РОСЬ І КО» в 2016-2020 рр. відображено на рис. 1.6.

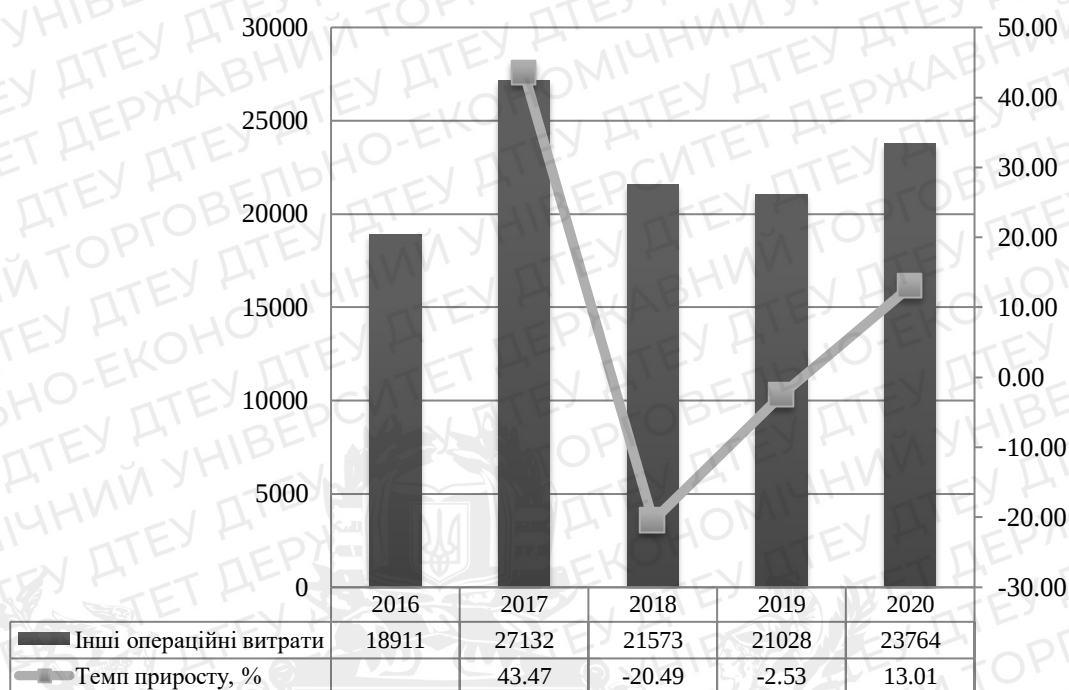


Рис. 1.6. Динаміка інших операційних витрат ТОВ «ТД РОСЬ І КО» в 2016-2020 рр., тис. грн.

Джерело: сформовано на основі фінансової звітності підприємства

За період 2016-2017 інші операційні доходи мали динаміку до зростання із рівня в 18,911 млн. грн., до рівня в 27,132 млн. грн., тобто на 43,5%. В 2018-2019 рр. інші операційні витрати зменшилися на 20,49% в 2018 році та на 2,53% в 2019 році до рівня в 21,028 млн. грн. В 2020 році відбулося зростання інших операційних витрат на 13,01% до рівня в 23,764 млн. грн.

Динаміка адміністративних витрат ТОВ «ТД РОСЬ І КО» в 2016-2020 рр. відображено на рис. 1.7.

Адміністративні витрати підприємства в 2017 році зросли на 2,97% до рівня в 6,065 млн. грн. Проте в 2018 році вони скоротилися на 10,39%, а за період 2019-2020 років обсяг адміністративних витрат мав динаміку до зростання із рівня в 5,435 млн. грн.. в 2018 році до рівня в 8,623 млн. грн.. в 2020 році. Фактично обсяг зріс на 30,45% в 2019 році та на 21,6% в 2020 році.

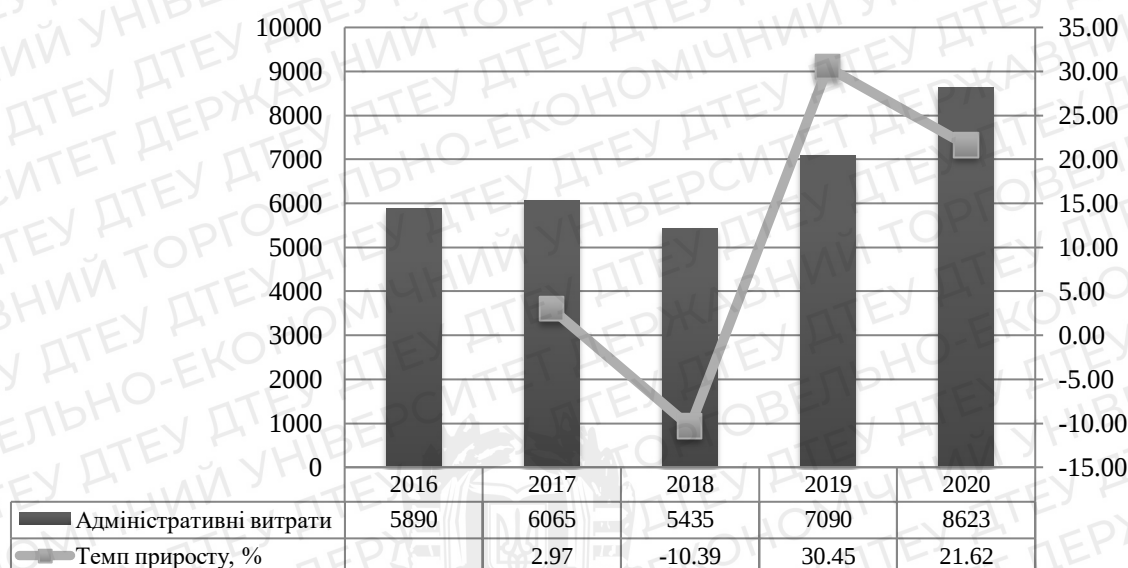


Рис. 1.7. Динаміка адміністративних витрат ТОВ «ТД РОСЬ І КО» в 2016-2020 рр., тис. грн.

Джерело: сформовано на основі фінансової звітності підприємства

Динаміка чистого прибутку ТОВ «ТД РОСЬ І КО» в 2016-2020 рр. відображено на рис. 1.8.

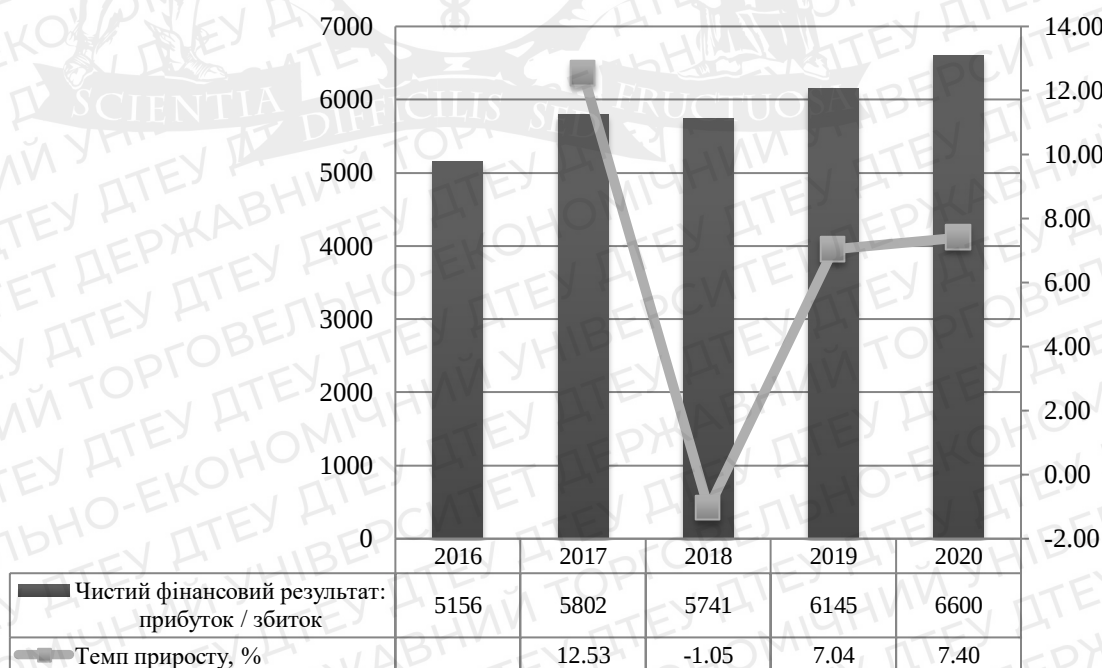


Рис. 1.8. Динаміка чистого прибутку на ТОВ «ТД РОСЬ І КО» в 2016-2020 рр., тис. грн.

Джерело: сформовано на основі фінансової звітності підприємства

За даними рис. 1.8 можемо зробити висновок, що протягом 2016-2020 рр. на підприємстві щорічно відбувалося зростання чистого прибутку із рівня в 5,156 млн. грн. в 2016 році до рівня в 5,802 млн. грн. в 2017 році. За скорочення чистого прибутку на 1,05% в 2018 році підприємство отримало чистого прибутку в розмірі 5,741 млн. грн. В 2019-2020 рр. спостерігається щорічне зростання чистого прибутку на 7% в 2019 році та на 7,4% в 2020 році.

Наступним кроком проаналізуємо показники рентабельності підприємства. Розпочнемо аналіз із динаміки рентабельності продукції, що відображено на рис. 1.9.

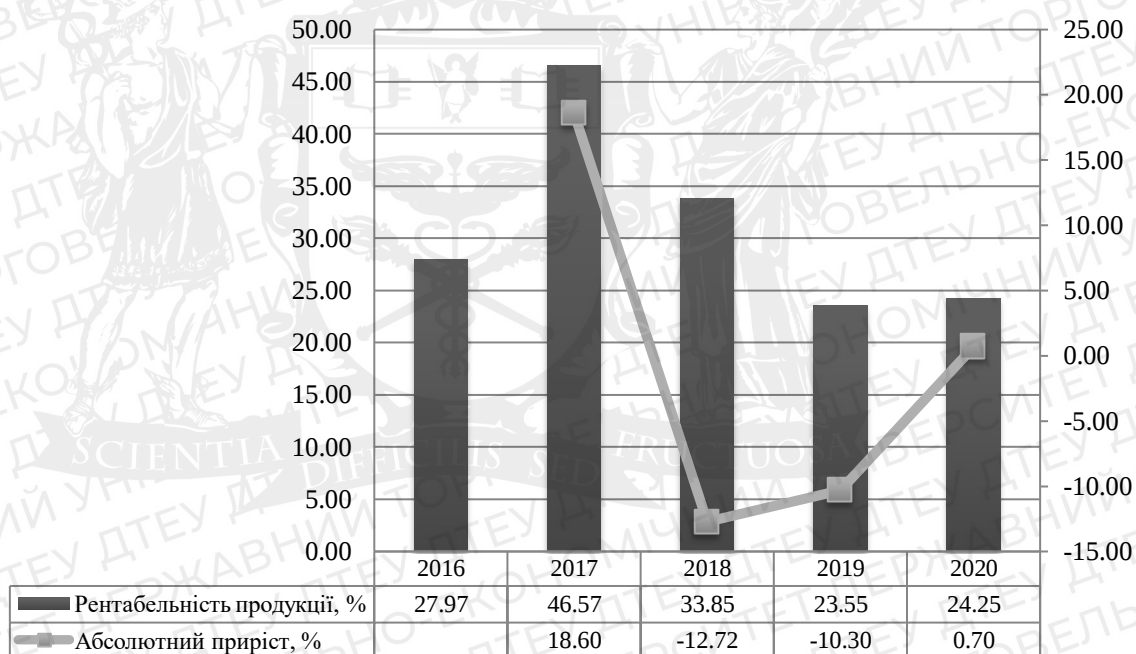


Рис. 1.9. Динаміка рентабельності продукції ТОВ «ТД РОСЬ І КО» в 2016-2020 рр., %

Джерело: сформовано на основі фінансової звітності підприємства

В 2016-2017 рр. коефіцієнт рентабельності продукції мав динаміку до зростання на 18,6% в 2017 році із рівня в 27,97% до рівня в 46,57% в 2017 році. Коефіцієнт рентабельності продукції мав чітку динаміку до зменшення в 2018 році на 12,72%, а в 2019 році на 10,296%, а в 2020 році – зростання на

0,70% до 24,25%. Зменшення за 5 років рентабельності продукції на 3,7% є негативним явищем в роботі підприємства.

Динаміка рентабельності основної діяльності ТОВ «ТД РОСЬ І КО» в 2016-2020 рр. відображено на рис. 1.10.

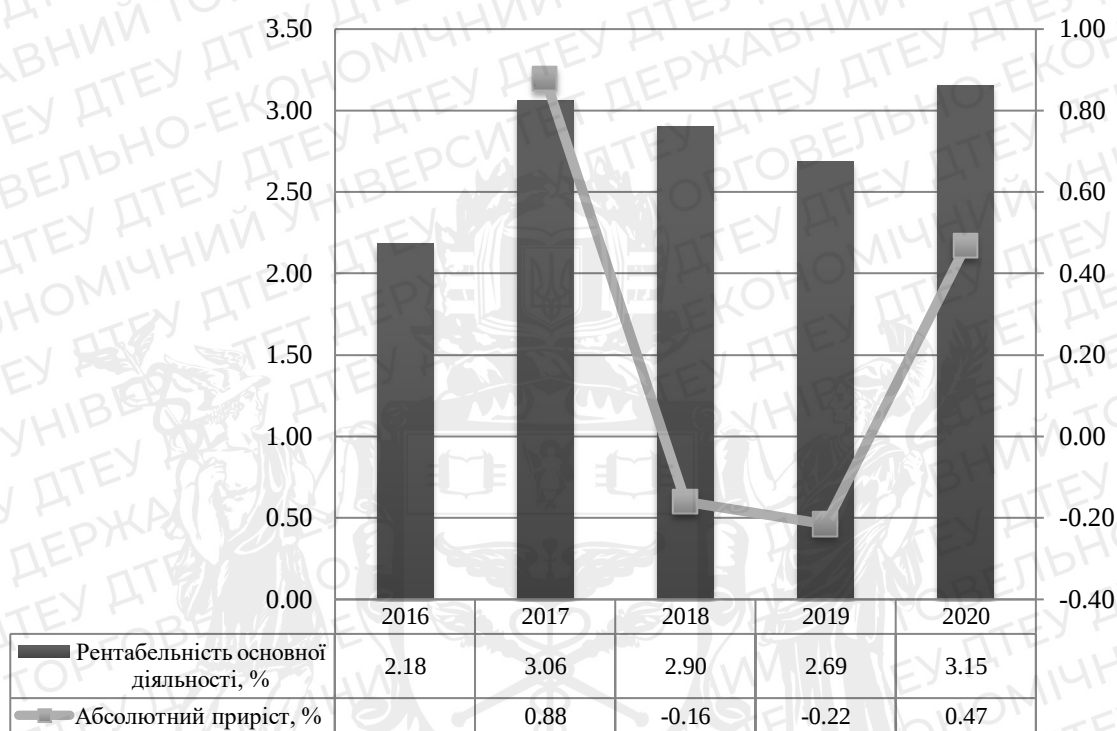


Рис. 1.10. Динаміка рентабельності основної діяльності ТОВ «ТД РОСЬ І КО» в 2016-2020 рр., %

Джерело: сформовано на основі фінансової звітності підприємства

Коефіцієнт рентабельності основної діяльності, який розраховується як співвідношення отриманого чистого прибутку (або чистого збитку) до балансу підприємства свідчить про те, що підприємством було отримано у 2016-2020 роках 2,18%, 3,06%, 2,9%, 2,69% та 3,15% чистого прибутку на кожну гривню використаних активів, що вказує на ефективне використання активів.

Динаміка рентабельності власного капіталу ТОВ «ТД РОСЬ І КО» в 2016-2020 рр. відображено на рис. 1.11.

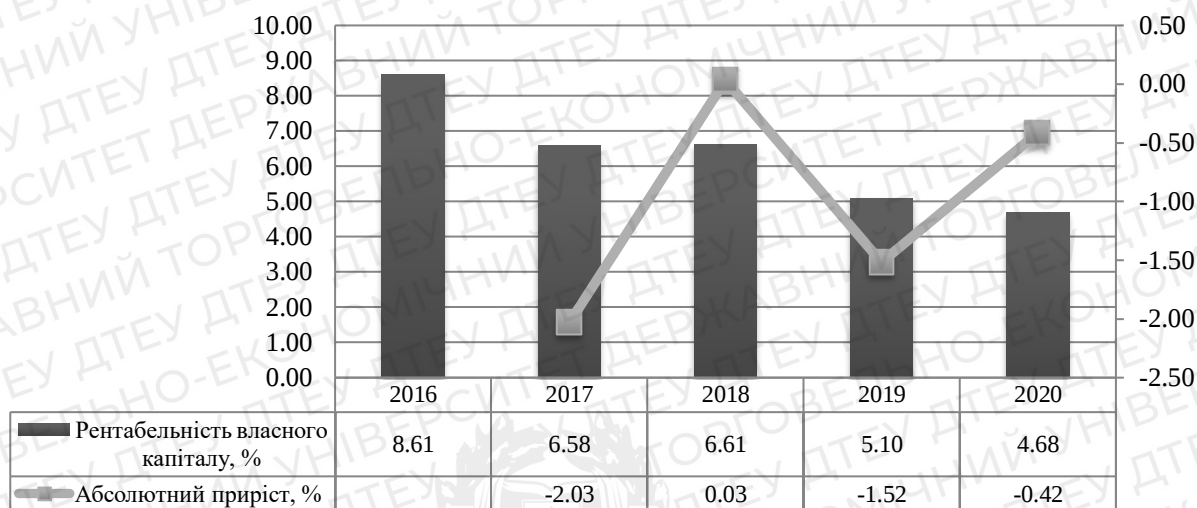


Рис. 1.11. Динаміка рентабельності власного капіталу на
ТОВ «ТД РОСЬ І КО» в 2016-2020 рр., %

Джерело: сформовано на основі фінансової звітності підприємства

Коефіцієнт рентабельності власного капіталу за досліджуваний період мав наступні значення в 2016 році 8,61%, в 2017 році – 6,58% (-2,03%), в 2018 році – 6,61%(+0,03%), у 2019 році – 5,1%(-1,52%), у 2020 році – 4,68% (-0,42%), що свідчить про скорочення отриманого підприємством чистого прибутку на кожну залучену гривню власних коштів.

Динаміка показників ефективності використання основних засобів відображена в табл. 1.1.

Таблиця 1.1

**Динаміка показників ефективності використання основних засобів
ТОВ «ТД РОСЬ І КО» в 2016-2020 рр.**

Показник	Роки					Абсолютний приріст, %			
	2016	2017	2018	2019	2020	2017- 2016	2018- 2017	2019- 2018	2020- 2019
Фондовіддача	1,49	1,25	1,05	1,33	1,55	-0,25	-0,20	0,28	0,22
Фондомісткість	0,67	0,80	0,95	0,75	0,64	0,13	0,15	-0,20	-0,11

Джерело: сформовано на основі фінансової звітності підприємства

Протягом 2016-2020 році показник фондовіддачі мав динаміку до зростання із рівня 1,49 до рівня в 1,55 в 2020 році. Зростання даного

показника свідчить про підвищення ефективності використання основних засобів підприємством.

Динаміка показників ліквідності підприємства відображена в табл. 1.2.

Таблиця 1.2

Динаміка показників ліквідності ТОВ «ТД РОСЬ І КО» в 2016-2020 рр.

Показник	Роки					Абсолютний приріст, %			
	31.12. 2016	31.12. 2017	31.12. 2018	31.12. 2019	31.12. 2020	2017- 2016	2018- 2017	2019- 2018	2020- 2019
Коефіцієнт покриття (загальний коефіцієнт ліквідності)	0,688	0,696	0,532	0,670	0,693	0,008	-0,164	0,138	0,023
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,604	0,567	0,368	0,541	0,475	-0,037	-0,199	0,173	-0,065
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000

Джерело: сформовано на основі фінансової звітності підприємства

Коефіцієнт покриття у 2016-2020 роках був нижче нормативного значення (1-1,2) та показує, що наявних оборотних активів недостатньо для задоволення поточних зобов'язань. Проте протягом останніх двох років коефіцієнт покриття підприємства мав динаміку до зростання із рівня в 0,532 в 2018 році до 0,693 в 2020 році.

Динаміка показників фінансової стійкості підприємства відображена в табл. 1.3.

Таблиця 1.3

Динаміка показників фінансової стійкості ТОВ «ТД РОСЬ І КО» в 2016-2020 рр.

Показник	Станом на					Абсолютний приріст, %			
	31.12. 2016	31.12. 2017	31.12. 2018	31.12. 2019	31.12. 2020	2017- 2016	2018- 2017	2019- 2018	2020- 2019
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Коефіцієнт автономії	0,254	0,465	0,439	0,527	0,674	-0,027	0,088	0,147	0,147

Продовження таблиці 1.3

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Коефіцієнт фінансової залежності	3,943	2,149	2,279	1,897	1,483	0,130	-0,382	-0,414	-0,414
Коефіцієнт маневреності власних засобів	-0,920	-0,350	-0,599	-0,296	-0,151	-0,249	0,303	0,146	0,146
Коефіцієнт маневреності робочого капіталу	-0,919	-0,349	-0,599	-0,296	-0,148	-0,249	0,303	0,148	0,148
Коефіцієнт концентрації позичкового капіталу	0,746	0,534	0,561	0,473	0,324	0,027	-0,088	-0,149	-0,149

Джерело: сформовано на основі фінансової звітності підприємства

За даними табл. 1.3 можемо зробити висновок, що протягом досліджуваного періоду підприємство скоротило обсяг залучених коштів в капіталі із рівня в 74,6% в 2016 році до рівня в 32,4% в 2020 році. Також доцільно зазначити, що коефіцієнт автономії протягом 2016-2018 рр. не відповідав нормативному значенню в 0,5, а тому протягом періоду підприємство було залежним від зовнішніх джерел фінансування. Проте, протягом 2019-2020 рр. значення показника було понад 0,5, що свідчить про скорочення залежності підприємства від зовнішніх запозичень.

Таким чином, протягом 2016-2017 рр. та 2019-2020 рр. відбувалося щорічне зростання чистого доходу від реалізації продукції. Чистий дохід протягом 2017 року збільшився на 13,3% до рівня в 132,973 млн. грн. В 2018 році чистий дохід від реалізації продукції зменшився на 7,6% до рівня в 122,814 млн. грн. За 2019 рік чистий дохід збільшився на 30,2% до рівня в 159,946 млн. грн. В 2020 році обсяг чистого доходу зріс на 22,4% до рівня в 195,741 млн. грн..

Зростання чистого доходу відбувалося за рахунок збільшення обсягів реалізації продукції підприємства. Протягом 2016-2020 рр. на підприємстві щорічно відбувалося зростання чистого прибутку із рівня в 5,156 млн. грн.. в 2016 році до рівня в 5,802 млн. грн. в 2017 році. За скорочення чистого

прибутку на 1,05% в 2018 році підприємство отримало чистого прибутку в розмірі 5,741 млн. грн. В 2019-2020 рр. спостерігається щорічне зростання чистого прибутку на 7% в 2019 році та на 7,4% в 2020 році.

1.2 Аналіз ефективності маркетингової стратегії підприємства

На сьогодні основними напрямками діяльності ТОВ «ТД РОСЬ І КО» є роздрібна торгівля будівельними матеріалами та продукцією власного виробництва, що представлена дерев'яними будівельними конструкціями і столярними виробами. Підприємство реалізовує продукцію через мережу магазинів, що представлено лише на внутрішньому ринку країни. Окрім того на підприємстві на сьогодні є власний цех із виробництва дерев'яних будівельних конструкцій та столярних виробів.

Розглядаючи специфіку основної торговельної діяльності в магазині будівельних матеріалів та інструменту можна виділити наступні види товарів, які реалізуються в п'яти територіально відособлених торговельних відділах:

- інструменти;
- будівельні матеріали;
- дерев'яні будівельні конструкції власного виробництва;
- столярні вироби власного виробництва;
- освітлення.

Торговельно-технологічні процеси в магазині включають основні операції, пов'язані із закупівлею товару й контролем якості, його транспортуванням і зберіганням, підготовкою до продажу та безпосередньо продажем товару. Кількість асортиментних позицій, що реалізуються у магазині, перевищує 120 найменувань вітчизняної й закордонної продукції, проте основних груп всього 6 (табл. 1.4).

Таблиця 1.4

Структура асортименту ТОВ «ТД РОСЬ І КО» в 2016-2020 рр.

Показники	Структура асортименту, %					Абсолютний приріст, %			
	2016	2017	2018	2019	2020	2018-2017	2019-2018	2020-2019	2020-2016
Всього обсяг реалізації	100	100	100	100	100	0	0	0	0
інструменти	16,6	16,93	14,97	17,92	17,91	-1,96	2,95	-0,01	1,31
будівельні суміші	13,48	15,49	10,91	14,04	21,55	-4,58	3,13	7,51	8,07
будівельні матеріали	20,32	20,16	20,54	20,25	19,67	0,38	-0,29	-0,58	-0,65
дерев'яні будівельні конструкції власного виробництва	21,86	22,17	22,2	21,2	23,1	0,03	-1	1,9	1,24
столярні вироби власного виробництва	13,01	12,44	12,5	14,09	10,71	0,06	1,59	-3,38	-2,3
освітлення	14,73	12,81	18,88	12,5	7,06	6,07	-6,38	-5,44	-7,67

Джерело: сформовано на основі фінансової звітності підприємства

Таким чином, в структурі асортименту переважали такі товарні групи, як дерев'яні будівельні конструкції власного виробництва, будівельні суміші та будівельні матеріали. Частка будівельних матеріалів в структурі протягом 2016-2020 рр. скоротилася на 0,65% із рівня в 20,32% до 19,67%. Проте зросла частка дерев'яних будівельних конструкцій власного виробництва із рівня в 21,86% в 2016 році до 23,1% в 2020 році.

Компанія дотримується досить вдалої цінової політики на ринку, яка на сьогодні відноситься до пасивної. Пасивна політика цін підприємства побудована на тому, що ціни встановлюються на основі витрат на товари власного виробництва, а ціни на товари, що лише реалізуються в магазинах – на встановлені ціни лідера на ринку - стратегія слідування за лідером ринку.

Аналогічні зміни відбулися і в обсягах реалізації асортименту продукції, що відображено в табл. 1.5. Варто зазначити, що майже 35% в

загальному обсязі реалізованої продукції займає продукція власного виробництва.

Таблиця 1.5

Динаміка чистого доходу від реалізації продукції за товарними групами ТОВ «ТД РОСЬ І КО» в 2016-2020 рр., тис. грн

Показники	2016	2017	2018	2019	2020	Темп приросту, %			
						2018/ 2017	2019/ 2018	2020/ 2019	2020/ 2016
Всього обсяг реалізації	117375	132973	112814	159946	195741	-15,16	41,78	22,38	66,77
інструменти	19484	22512	16888	28662	35057	-24,98	69,72	22,31	79,93
будівельні суміші	15822	20598	12308	22456	42182	-40,25	82,45	87,84	166,60
будівельні матеріали	23851	26807	23172	32389	38502	-13,56	39,78	18,87	61,43
дерев'яні будівельні конструкції власного виробництва	25658	29480	25045	33909	45216	-15,05	35,39	33,35	76,23
столярні вироби власного виробництва	15270	16542	14102	22536	20964	-14,75	59,81	-6,98	37,28
освітлення	17289	17034	21299	19993	13819	25,04	-6,13	-30,88	-20,07

Джерело: сформовано на основі фінансової звітності підприємства

Отже, за даними табл. 1.5 можемо зробити висновок, що найбільший приріст чистого доходу від реалізації продукції протягом 2016-2020 рр. був в обсягах реалізації будівельних сумішей, темп приросту в якій становив 166%. В групі товарів «інструменти» обсяг реалізації збільшився на 79,9% із рівня в 19,484 млн. грн. в 2016 році до рівня в 35,057 млн. грн. в 2020 році.

Саме споживач постійно потребує одночасного зниження ціни і підвищення якості товару, що в свою чергу доступне лише за рахунок зниження прибутку підприємства. Основними споживачами продукції компанії є особи віком від 18 до 70 року з середнім рівнем доходу і більше. Підприємство реалізує продукцію для здійснення будівельних робіт, ремонту та будівництва.

Наступним кроком здійснимо аналіз постачальників ТОВ «ТД РОСЬ І КО», що відображено в табл. 1.6.

Таблиця 1.6

АВС-аналіз постачальників ТОВ «ТД РОСЬ І КО» в 2016-2020 рр.

№	Постачальники	Обсяг, тис. грн.	Частка в загальному	Кумулятивний обіг, %	Група
1	ТОВ "Епіцентр-1"	64870	29,59	29,59	А
2	ТОВ "Харківметал-1"	57986	26,45	56,04	А
3	ЧП "СК-Металоцентр"	33104	15,1	71,14	А
4	ТОВ "Момот-Бетон"	21375	9,75	80,89	В
5	ТОВ "Gradstroy"	12693	5,79	86,68	В
6	ХСУ № 501	10370	4,73	91,41	В
7	ЧП "Бетонікс"	7980	3,64	95,05	С
8	ТОВ "Харківметал-2"	6862	3,13	98,18	С
9	ТОВ "Южспецстрой"	3990	1,82	100	С
Сума		219 230	100	100	

Джерело: сформовано на основі фінансової звітності підприємства

Основним постачальником ТОВ «ТД РОСЬ І КО» був ТОВ "Епіцентр-1", питома вага якого становила 29,59%. Для виробництва столярних виробів підприємство здійснює закупівлю сировини на ТОВ "Харківметал-1", частка якого становила 26,45%. Отже, оцінюючи обсяги співпраці з постачальниками, можна зробити висновок, що 44% постачальників забезпечують 80 % поставок, що згідно до правила Парето не є сприятливим, оскільки оптимальним вважається співвідношення 20/80.

На сьогодні ТОВ «ТД РОСЬ І КО» здійснює доставку товарів з електронних торгових майданчиків ОЛХ та Пром.юа споживачам, при цьому доставка товарів здійснюється власною службою доставки. Також доцільно зазначити, що компанія при здійсненні доставки продукції пакує її у фірмові пакети та тару. Компанією також використовується технології отримання замовлень по телефону.

ТОВ «ТД РОСЬ І КО» в своїй діяльності здійснює стимулювання продажів засобами зовнішньої реклами, проведення акцій вихідного дня (знижки на певні групи товарів), рекламу на радіо, а також роздачу флаєрів.

Аналіз ефективності маркетингової стратегії підприємства розпочнемо із дослідження обсягів витрат на збут та витрат на здійснення маркетингової діяльності підприємства. Динаміка витрат на збут на ТОВ «ТД РОСЬ І КО» в 2016-2020 рр. відображена на рис. 1.12.

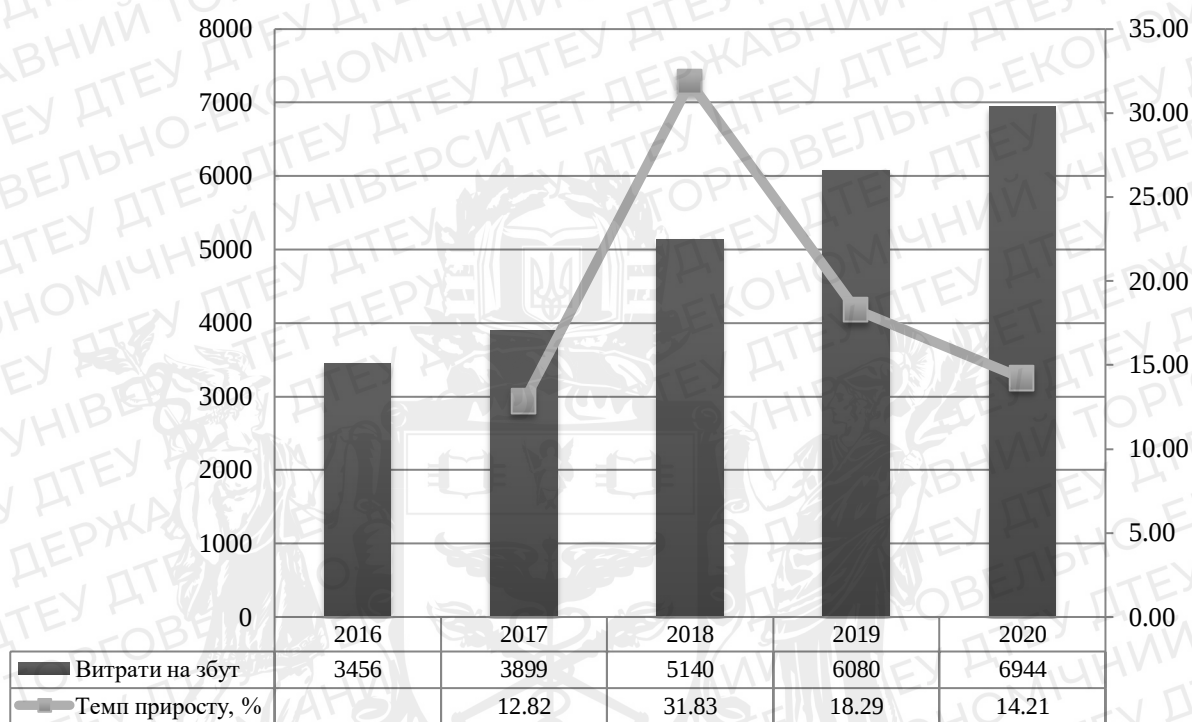


Рис. 1.12. Динаміка витрат на збут ТОВ «ТД РОСЬ І КО» в 2016-2020 рр., тис. грн.

Джерело: сформовано на основі фінансової звітності підприємства

Протягом 2016-2020 років обсяг витрат на збут мав чітку динаміку до зростання із рівня в 3,456 млн. грн. в 2016 році, до рівня в 5,140 млн. грн. в 2018 році (+31,83%), до рівня в 6,08 млн. грн. в 2019 році (+18,3%) та до 6,94 млн. грн. (14,21%) в 2020 році. Таким чином, за період 2016-2020 рр. витрати на збут підприємства збільшилися на 100% із рівня в 3,456 млн. грн. в 2016 році до рівня в 6,944 млн. грн. в 2020 році.

Наступним кроком проаналізуємо структуру витрат на збут, що відображена в табл. 1.7.

В структурі витрат на збут протягом 2016-2020 років основну питому вагу займали витрати на роботу магазинів, частка яких становила від 43,1% в 2016 році до 40,32% в 2020 році.

Таблиця 1.7

Динаміка структури витрат на збут продукції ТОВ «ТД РОСЬ І КО» в 2016-2020 рр.

Показники	Структура витрат на збут, %					Абсолютний приріст, %			
	2016	2017	2018	2019	2020	2018-2017	2019-2018	2020-2019	2020-2016
Витрати на збут, всього	100	100	100	100	100	0	0	0	0
витрати на роботу магазинів	43,11	42,42	45,23	41,68	40,32	2,81	-3,56	-1,36	-2,79
витрати на рекламу та стимулювання продажів	6,42	6,10	7,10	6,09	5,14	1,00	-1,02	-0,94	-1,28
витрати на аутсорсинг маркетингу	10,42	11,05	10,10	10,12	12,96	-0,96	0,02	2,85	2,54
упаковку продукції та її зберігання	5,90	6,05	5,45	6,17	6,52	-0,61	0,72	0,36	0,62
транспортування продукції	27,03	27,98	25,08	28,04	30,88	-2,90	2,96	2,83	3,85
інші	7,12	6,39	7,06	7,93	4,18	0,68	0,87	-3,75	-2,94

Джерело: сформовано на основі фінансової звітності підприємства

Витрати на рекламу та стимулювання продажів протягом досліджуваного періоду також зазнали скорочення із рівня в 6,42% в структурі витрат в 2016 році до рівня в 5,14% в 2020 році. Проте в структурі витрат на збут зросла частка витрат на транспортування продукції із рівня в 27,03% до рівня в 30,8% в 2020 році. Витрати на маркетинговий аутсорсинг протягом досліджуваного періоду мали чітку динаміку до зростання на 2,54% із рівня в 10,4% в 2016 році до рівня в 12,96% в 2020 році.

Наступним кроком проаналізуємо динаміку витрат на збут за досліджуваний період в розрізі досліджуваних статей, що відображені в табл. 1.8.

За даними табл. 1.8 можемо зробити наступні висновки:

- витрати на роботу магазинів протягом 2016-2020 рр. мали чітку динаміку до зростання із рівня в 1,490 млн. грн. в 2016 році до рівня в 2,800 млн. грн. в 2020 році, або на 87,92%. Також доцільно зазначити, що протягом останнього року витрати на роботу магазинів зросли на 10,5%;

Таблиця 1.8

Динаміка витрат на збут продукції ТОВ «ТД РОСЬ І КО» в 2016-2020 рр., тис. грн

Показники	Обсяги витрат на збут					Темп приросту, %			
	2016	2017	2018	2019	2020	2018/ 2017	2019/ 2018	2020/ 2019	2020/ 2016
Витрати на збут, всього	3456	3899	5140	6080	6944	31,83	18,29	14,21	100,93
витрати на роботу магазинів	1490	1654	2325	2534	2800	40,59	8,98	10,51	87,92
витрати на рекламу та стимулювання продажів	222	238	365	370	357	53,19	1,29	-3,45	60,62
витрати на аутсорсинг маркетингу	360	431	519	615	900	20,39	18,52	46,26	149,66
упаковку продукції та її зберігання	204	236	280	375	453	18,54	34,16	20,87	122,76
транспортування продукції	934	1091	1289	1705	2144	18,08	32,30	25,74	129,47
інші	246	249	363	482	290	45,65	32,70	-39,72	17,96

Джерело: сформовано на основі фінансової звітності підприємства

- витрати на рекламу в цілому за 2016-2020 рр. зросли на 60,9% із рівня в 222 тис. грн. в 2016 році до 357 тис. грн. в 2020 році. Проте в 2020 році в обсягах витрат на рекламу була наявна динаміка до скорочення на 3,45% до рівня в 357 тис. грн. проти 370 тис. грн.;

- витрати на аутсорсинг маркетингу в динаміці мали тенденцію до зростання із рівня в 360 тис. грн. в 2016 році до рівня в 900 тис. грн. в 2020 році, або на 149,7%.

Таким чином, можемо зробити висновок, що протягом досліджуваного періоду основну питому вагу в витратах на збут займали витрати на роботу магазинів, аутсорсинг маркетингу, рекламу та стимулювання продажу.

Також проаналізуємо співвідношення темпів приросту зростання витрат на збут та приросту чистого доходу підприємства, динаміку яких відображено на рис. 1.13.

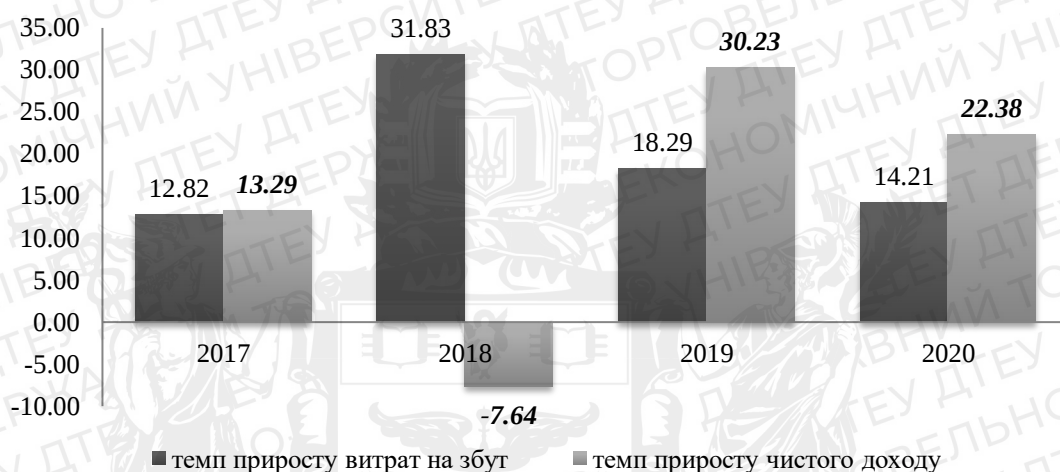


Рис. 1.13. Динаміка темпів приросту витрат на збут та темпів приросту чистого доходу ТОВ «ТД РОСЬ І КО» в 2017-2020 рр., %

Джерело: сформовано на основі фінансової звітності підприємства

Таким чином, протягом досліджуваного періоду, окрім 2018 року, існувала чітка залежність між зростанням обсягів витрат на збут та зростанням чистого доходу, що свідчить про ефективність здійснюваної збутової політики підприємства.

1.3 Аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства

З метою аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства проаналізуємо організаційну структуру підприємства, що відображено на рис. 1.14.



Рис. 1.14. Організаційна структура ТОВ «ТД РОСЬ І КО»

Джерело: сформовано на основі статуту підприємства

Відповідно до рис. 1.14 можемо зробити висновок, що організаційна структура компанії є лінійною із чітким виділенням обов'язків працівників.

Внутрішнє середовище включає організаційну структуру, потужність та ситуаційні фактори внутрішньої діяльності підприємства. Фактично це стосується середовища, що контролюється керівництвом ТОВ «ТД РОСЬ І КО». Згідно з табл. 1.12 здійснимо аналіз внутрішніх факторів середовища компанії ТОВ «ТД РОСЬ І КО».

Таблиця 1.12

**Аналіз впливу факторів внутрішнього середовища на діяльність
ТОВ «ТД РОСЬ І КО» [1;6]**

Фактори внутрішнього середовища	Стан фактору	Тенденція розвитку	Характер впливу
Працівники фірми	Кваліфікаційний рівень працівників досить високий, і майже всі працівники мають великий досвід у сфері продажу будівельних матеріалів	Підвищення кваліфікації	Висока кваліфікація та досвід роботи посилює імідж ТОВ «ТД РОСЬ І КО»
Цілі	Основними цілями компанії є її розвиток, конкурентоспроможність та фінансова стабільність. Компанія поставила перед собою довгострокові та короткострокові цілі.	Розвиток	Цілепокладання сприяє підприємству ТОВ «ТД РОСЬ І КО» в розвитку та підвищенні рівня конкурентоспроможності.
Технологія	ТОВ «ТД РОС І КО» має дуже ефективну технологію продажу будівельних матеріалів з високим рівнем продуктивності та надійності.	Розвиток	Розвиток технології підтримує зростання ефективності діяльності ТОВ «ТД РОСЬ І КО»
Атмосфера в колективі	Сприятлива атмосфера між працівниками підприємства	Нормальна	Дружня атмосфера сприяє підвищенню продуктивності

Дослідження впливу внутрішніх факторів дозволяє оцінити можливості компанії, швидко реагувати на дії конкурентів, залучити всі наявні резерви та скористатися іншими можливостями. Отримані дані свідчать про те, що майже всі внутрішні фактори навколишнього середовища мали позитивний вплив на діяльність ТОВ «ТД РОСЬ І КО».

Наступним кроком проведемо аналіз маркетингового середовища підприємства за допомогою SNW – аналізу, тобто стратегічного аналізу внутрішнього середовища з позиції сильних, слабких і нейтральних сторін організації. Ступінь вагомості параметрів внутрішнього середовища діяльності торговельної фірми було оцінено експертами за 10-ти бальною шкалою. SNW – аналіз для ТОВ «ТД РОСЬ І КО» відображено в табл. 1.13.

Таблиця 1.13

Результати SNW – аналізу для ТОВ «ТД РОСЬ І КО»

№	Ключові параметри діяльності підприємства	S	N	W
1	Навчання персоналу		6	
2	Умови праці			3
3	Мотивація і стимулювання персоналу			4
4	Плинність кадрів			2
5	Кваліфікація персоналу		6	
6	Оцінка якості роботи персоналу		7	
7	Соціальний пакет		6	
8	Організація планування			3
9	Рівень технічної оснащеності		6	
10	Інформаційне забезпечення			4
11	Якість послуг, що надаються			5
12	Організація маркетингу на підприємстві			3
13	Обсяги реалізації			3
14	Асортимент продукції, що реалізується		7	
15	Чисельність персоналу			3
16	Заробітна плата		6	
17	Імідж (ділова репутація) підприємства		6	
18	Психологічний клімат у колективі	8		
19	Фінансова стійкість підприємства		6	
20	Територіальне розташування		6	
21	Цінова політика	8		
22	Обсяги продажів	9		
23	Орієнтація на споживача	9		
24	Логістика постачань			3

Джерело: сформовано на основі звітності підприємства

Таким чином, за результатами дослідження на основі SNW – аналізу можемо зробити висновок, що найбільш сприятливими факторами в діяльності ТОВ «ТД РОСЬ І КО» є психологічний стан в колективі, цінова політика підприємства та обсяги продажів. Проте проблемними аспектами залишаються плинність кадрів, мала чисельність персоналу, умови праці.

Економіка будь-якої країни тісно пов'язана з промисловістю будівельних матеріалів. Це основний матеріальний фундамент всього будівельно-промислового комплексу і має великий вплив на темпи економічного зростання країни, стан розвитку та якість суспільного життя.

Стан будівельної галузі, обсяги капітального будівництва та обсяги інвестицій у галузь мають значний вплив на зростання національної економіки. Однак ринок будівельних матеріалів не стабільний.

На ситуацію на цьому ринку впливають внутрішні та глобалізаційні процеси. Тому актуальним завданням є постійне вивчення тенденцій ринку будівельних матеріалів та з'ясування зовнішніх чинників, що впливають на діяльність підприємств галузі. Основними факторами, що впливають на ринок будівельних матеріалів на макрорівні, є зростання об'єктів будівництва у секторі суб'єктів господарювання та зростання попиту на житлову та офісну нерухомість у регіональних центрах України.

Аналізуючи вплив факторів навколишнього середовища, ми можемо передбачити загрози, які з'являються на ринку, терміново реагувати та надалі розробити низку заходів, щоб не тільки врахувати ці загрози, а й уникнути їх та скористатися цією ситуацією.

Дані табл. Б.1 додатку Б, свідчать про те, що найвищий негативний вплив на діяльність ТОВ «ТД РОСЬ І КО» серед факторів зовнішнього середовища відіграють:

- зростання внутрішньої інфляції;
- жорстка конкуренція на ринку будівельних матеріалів, а саме їх реалізації та дефіцит кваліфікованих робітників.

Проте відповідний регресійний аналіз, проведений експертами Enso Group, показує, що зростання об'єму будівництва становить від 0,16-4,7% (залежно від моделі регресії), що визначає зростання ринку будівельних матеріалів. Це досить логічно, оскільки більшість товарів, що входять до групи будівельних матеріалів, використовуватимуться не для будівництва, а для ремонту будинків (особливо приватних квартир та будинків). Через відсутність статистичних даних про обсяги робіт з технічного обслуговування населенням своїх приватних будинків та квартир, неможливо кількісно оцінити вплив цього параметра на динаміку ринку. Однак відсутні дані можна замінити динамікою реальних доходів, оскільки саме через їх зростання громадяни здійснюють участь в розвитку ринку.

Протягом 2019-2020 рр. обсяг загальних доходів домогосподарств мав динаміку до зростання із рівня в 11850,75 грн. до рівня в 12248 грн. в розрахунку на одне домогосподарство. Обсяг сукупних ресурсів також мав динаміку до зростання на 2,6% із рівня в 12118,5 грн. в 2019 році до рівня в 12432,3 грн. в 2020 році[22].

З розвитком вітчизняного ринку будівельних матеріалів можна спостерігати трансформацію різних видів бізнесу в його структурі. Дослідження показує, що якщо раніше існували тенденції щодо боротьби форматів, то зараз відбуваються тенденції, за яких боротьба здійснюється в середині форматів та ринок значною мірою визначили необхідний формат для здійснення купівлі будівельних матеріалів. Взагалі кажучи, на ринку будівельних матеріалів можна виділити такі формати:

1. Склад-магазин (окремі торгові точки та мережі) – торгові об'єкти площею від 800 до 6000 кв. м.
2. Маленькі магазини з торговою площею не більше 500 кв. м.
3. Роздрібні магазини на відкритому будівельному ринку-піддони, контейнери, невеликі професійні виставкові зали або магазини.
4. Широкий асортимент великих будівельних магазинів (відділи: сантехніка, будівельні матеріали, підлога, плитка, садові рослини, садовий

інвентар, все для ремонту та оздоблювання будинку: міжкімнатні двері, шпалери та електричне освітлення).

Сьогодні ринок роздрібної торгівлі будівельними матеріалами характеризується домінуванням великих будівельних торгових центрів, які можуть забезпечити покупців усіма необхідними матеріалами та інструментами, тоді як у невеликих магазинах споживачі можуть знайти лише найпопулярніші товари.

Найбільш динамічне зростання продажів у 2018-2020 роках відбулося у форматі, близькому до супермаркету (за площею та кількістю груп товарів), що працює у професійному форматі. За оцінками експертів, на цю форму припадає 20-25% продажів будівельних матеріалів. Через жорстку конкуренцію та прихід іноземних мереж існуючі склади будівельних матеріалів 30н.30.30ючи30усної30я, а частка складу-магазину також може збільшитися в найближчі роки. Спрощена схема роботи сегменту «Прайс-Склад-Доставка». Існує тенденція до поглиблення спеціалізації складів-роздрібних або професійних будівельників. Це пояснюється тим, що потреби кінцевих споживачів відрізняються від потреб професіоналів, і неможливо розробити два напрямки в магазині одночасно[24].

Магазини, організовані за принципом поєднання (без виставкового залу), також поширені на внутрішньому ринку. Вони працюють у сфері b2b, зосереджуючись на професійних покупцях. Взагалі кажучи, обсяг складу має свої особливості. Окрім лакофарбових матеріалів, побутової хімії, підлогових покриттів та інших категорій продукції, характерних для невеликих супермаркетів, на складі також є плитка для будинку та тротуарна плитка, системи з гіпсокартону та підвісні стелі, покрівельні та зовнішні стінові матеріали, сипучі матеріали та вентиляційні системи. На ринку працюють такі мережі супермаркетів, як «Твоя кімната», «Будівельні рішення», «Будмакс», «XXI століття», «Майстер», «Мета-імпекс», «Нова лінія», «Олді», «Декорсервіс», «Панелектро», «Капро», «Палас»[1;6].

З безперервним розвитком ринку будівельних матеріалів компанії мають намір збільшити свою присутність. Наприклад, Нова Лінія, яка відкрила свій перший супермаркет у 2001 році, оголосила про намір розвивати мережу до 10 магазинів до кінця 2025 року.

Епіцентр ввів в експлуатацію кілька нових гіпермаркетів. Наявність мережі дозволяє:

- закуповувати продукцію за нижчими цінами;
- реалізувати повну співпрацю з національними будівельними операторами;
- оптимізувати логістичний процес;
- зменшити витрати на продаж;
- завдяки ефективній логістиці ефективно управляти запасами;
- ефективно проводити рекламну та збутову діяльність.

Ці фактори значною мірою дозволяють комерційним та будівельним операторам працювати ефективніше. Сегмент невеликих магазинів з торговою площею 500 квадратних метрів представлений на ринку дуже щільно. У районах з масштабним будівництвом концентрація ще вища.

Існують загальні та професійні торгові точки з реалізації будівельних матеріалів. Їх сильні сторони – близькість до споживачів (у першому випадку) та урізноманітнення категорії (у другому випадку)[7].

В універсальних магазинах намагаються покласти більш широкий асортимент популярних продуктів у зручну упаковку та в найбільш оптимальну розфасовку. Такі оператори рідко працюють безпосередньо з виробником. Вони користуються послугами великих складів та оптових центрів. З появою в обласному центрі великих супермаркетів будівельних матеріалів, що представляють найширший асортимент під одним дахом, експертів все більше турбує доля маленьких будівельних магазинів. На їхню думку, якщо майбутнє не визначатиметься спеціалізацією, вони зрештою будуть висунуті з ринку.

Рівень концентрації ринку швидко зростає у 2018-2020 роках. Станом на 2020 рік ринок будівельних матеріалів є висококонкурентним та висококонцентрованим. Основною перешкодою для виходу нових компаній на ринок є не тільки жорстка конкуренція (через стрімке зростання ринку), а й інші важливі фактори. Однією з основних проблем є відсутність відкритого простору для розміщення комерційних об'єктів.

Серед інших факторів, що впливають на роздрібну торгівлю будівельними матеріалами, можна виділити наступні моменти[6;7]:

- рівень інфляції;
- стан фінансового становища України та сприяння зростанню попиту;
- податкове законодавство;
- зростання оптової ціни будівельних матеріалів.

Динаміка індексу цін на групи, що включають будівельні матеріали в Україні протягом 2019-2020 рр. відображена на рис. 1.15.

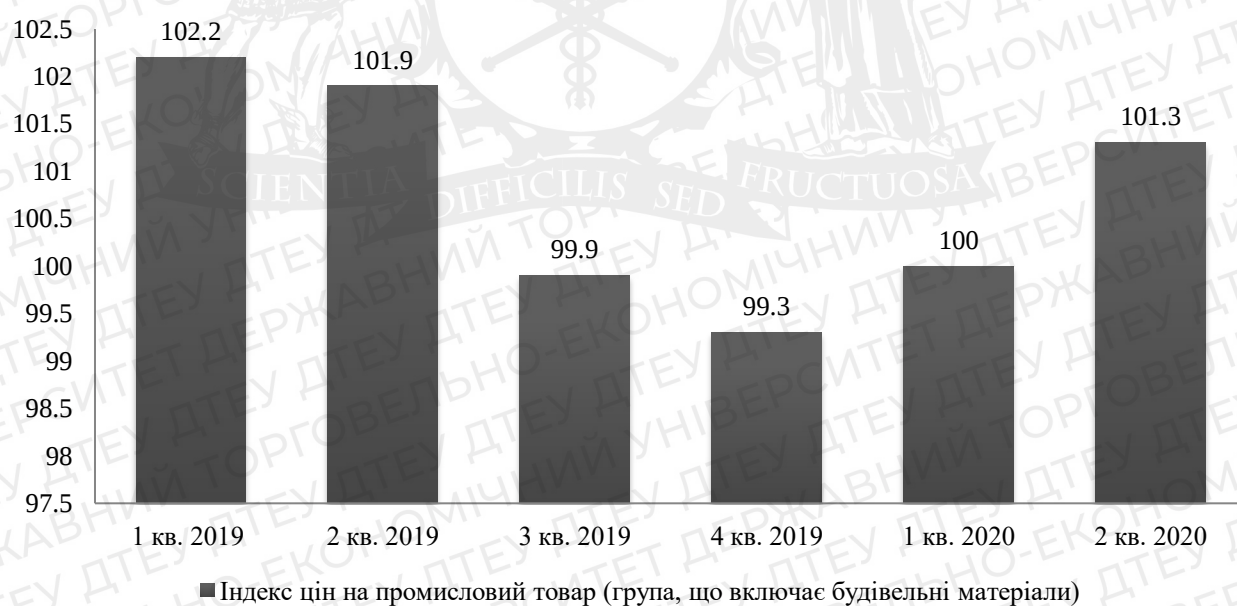


Рис. 1.15. Динаміка індексу цін на групи, що включають будівельні матеріали в Україні в 2019-2020 рр., % [22]

Аналіз ринку будівельних матеріалів показує, що протягом досліджуваного періоду індекс споживчих цін в Україні залишався в межах нормативного рівня (5%), оголошеного НБУ, але з урахуванням сезонності.

На ринку будівельних матеріалів обсяг будівельних робіт у 2020 році за оцінками впав на 4,65% у гривні та 1,35% у доларах. Існує дві основні причини такої динаміки. По-перше, це наслідок пандемії. Під впливом епідемії кількість споруд, введених у виробництво в житловому секторі, скоротилася на 32%, а кількість будівель, введених у виробництво в нежитловому секторі, впала на 19%. Згідно з динамічною оцінкою АІМ різних сегментів українських будівельних матеріалів (ізоляційні матеріали, стінові матеріали, цемент, суха суміш, OSB), у 2021 році загальна ринкова динаміка різних сегментів матиме схожі характеристики[6]:

- у січні та лютому ринок матиме загальну тенденцію до зменшення споживання будівельних матеріалів, яка розпочалася влітку 2019 року. Не відчували впливу карантинних заходів протягом останніх місяців;
- у березні ринок почав відчувати вплив нової хвилі зусної кризи: прийняття карантинних заходів призвело до скорочення споживання, посилення паніки та скорочення ділової активності;
- пік падіння ринку будівельних матеріалів припав на квітень;
- влітку (червень та липень) споживання будівельних матеріалів різко відновлюється, а в деяких випадках навіть перевищує місячне споживання на 2019-2020 роки.

Таким чином, основним чинником зростання ринку в літні місяці є частково затримка попиту та частково переорієнтація внутрішнього грошового потоку, включаючи оновлення/реконструкцію приватних резиденцій, міні-готелів тощо. Це також показує, що, на думку великих операторів ринку, основним рушієм зростання є приватні інвестиції, тоді як корпоративний сектор знаходиться в «червоній зоні». Останній фактор несе ризик можливих змін у тенденціях споживчого ринку.

Динаміка курсу долару та євро по відношенню до гривні в Україні в 2019-2021 рр. відображена на рис. 1.16.

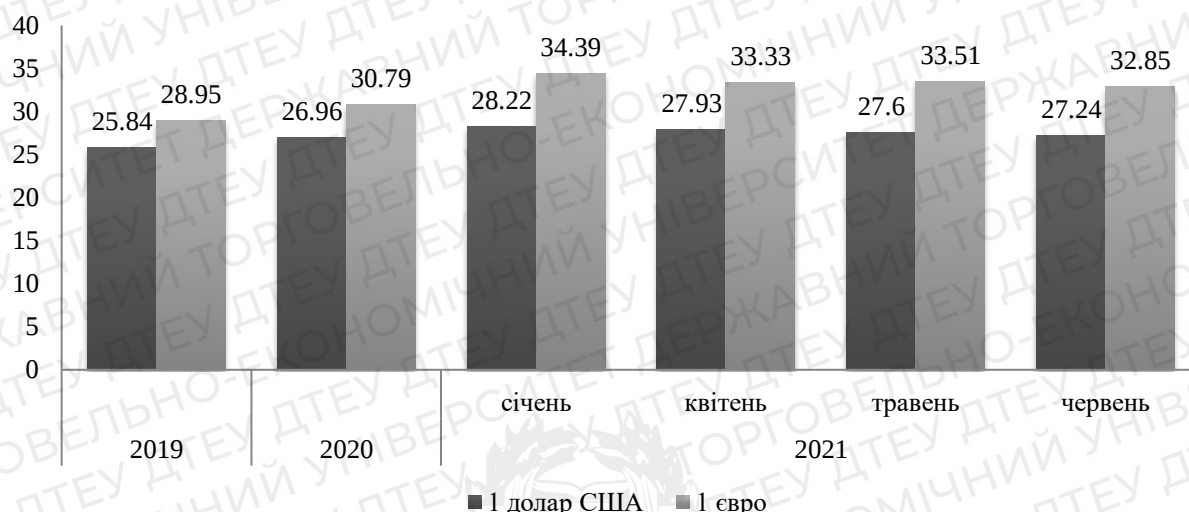


Рис. 1.16. Динаміка курсу долару та євро по відношенню до гривні в Україні в 2019-2021 рр.[23]

З 2021 по 2022 рік очікується значне зростання ринку будівельних матеріалів. Експерти відзначають, що ціни можуть зрости в середньому на 10-17%. Експерти будівельного ринку зазначили, що долар США в основному вплине на ситуацію на ринку будівельних матеріалів. Очікується, що співвідношення гривні до долара різко зросте. Також у цьому контексті можна згадати очікуване відновлення первинного ринку у 2021 році та зростання попиту на будівельні матеріали. Більш того, ціни на будматеріали зростають нерівномірно, і ціни в деяких районах можуть не змінитися. Вважається, що вартість може зрости в основному через будівництво державного житла. У сегментах ринку з більшим бюджетом ціни можуть бути не такими сильними.

Таким чином, зважаючи на стан внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства доцільним є розширення діяльності компанії та вихід на зовнішній ринок. Дане твердження обґрунтовано тим, що на сьогодні підприємство має внутрішні резерви для розширення своєї діяльності, а також виробничі можливості для її здійснення – розширення виробництва дерев'яних будівельних конструкцій і столярних виробів.

Висновки до розділу 1

На основі проведеного дослідження в першому розділі можемо зробити наступні висновки:

– протягом 2016-2017 рр. та 2019-2020 рр. відбувалося щорічне зростання чистого доходу від реалізації продукції. Чистий дохід протягом 2017 року збільшився на 13,3% до рівня в 132,973 млн. грн. В 2018 році чистий дохід від реалізації продукції зменшився на 7,6% до рівня в 122,814 млн. грн. За 2019 рік чистий дохід збільшився на 30,2% до рівня в 159,946 млн. грн. В 2020 році обсяг чистого доходу зріс на 22,4% до рівня в 195,741 млн. грн.. Зростання чистого доходу відбувалося за рахунок збільшення обсягів реалізації продукції підприємства. Протягом 2016-2020 рр. на підприємстві щорічно відбувалося зростання чистого прибутку із рівня в 5,156 млн. грн.. в 2016 році до рівня в 5,802 млн. грн. в 2017 році. За скорочення чистого прибутку на 1,05% в 2018 році підприємство отримало чистого прибутку в розмірі 5,741 млн. грн. В 2019-2020 рр. спостерігається щорічне зростання чистого прибутку на 7% в 2019 році та на 7,4% в 2020 році. Протягом досліджуваного періоду підприємство скоротило обсяг залучених коштів в капіталі із рівня в 74,6% в 2016 році до рівня в 32,4% в 2020 році. Також доцільно зазначити, що коефіцієнт автономії протягом 2016-2018 рр. не відповідав нормативному значенню в 0,5, а тому протягом періоду підприємство було залежним від зовнішніх джерел фінансування. Проте, протягом 2019-2020 рр. значення показника було понад 0,5, що свідчить про скорочення залежності підприємства від зовнішніх запозичень;

– результатами дослідження на основі SNW – аналізу можемо зробити висновок, що найбільш сприятливими факторами в діяльності ТОВ «ТД РОСЬ І КО» є психологічний стан в колективі, цінова політика підприємства та обсяги продажів. Проте проблемними аспектами залишаються мала чисельність персоналу, умови праці. Дослідження впливу внутрішніх факторів дозволяє оцінити можливості компанії, швидко реагувати на дії

конкурентів, залучити всі наявні резерви та скористатися іншими можливостями. Отримані дані свідчать про те, що майже всі внутрішні фактори навколишнього середовища мали позитивний вплив на діяльність ТОВ «ТД РОСЬ І КО». Сьогодні на ринок роздрібної торгівлі будівельними матеріалами впливають такі фактори, як стан будівельної галузі, доходи населення, рівень інфляції, стан фінансового становища України та сприяння зростанню попиту, податкове законодавство, зростання оптової ціни будівельних матеріалів;

– зважаючи на стан внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства доцільним є розширення діяльності компанії та вихід на зовнішній ринок. Дане твердження обґрунтовано тим, що на сьогодні підприємство має внутрішні резерви для розширення своєї діяльності, а також виробничі можливості для її здійснення – розширення виробництва дерев'яних будівельних конструкцій і столярних виробів.

РОЗДІЛ 2

УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

2.1 Оцінка експортного потенціалу підприємства

На сьогодні зовнішньоекономічна діяльність (ЗЕД) є невід'ємною частиною світової економіки. Лібералізація зовнішньої торгівлі призвела до можливості вільного доступу підприємств у зовнішньоекономічну діяльність. Глобалізація світової економіки призвела до того, що велика кількість компаній зіткнулися з жорсткою конкуренцією на внутрішньому ринку. Зважаючи на це, компанії намагаються виходити на зовнішні ринки з метою зміцнення своїх позицій. Зараз у рамках корпоративної підприємницької діяльності розвиваються ділові відносини з іншими країнами. Підприємства охоче беруть участь в економічній, виробничій та технологічній співпраці з іноземними партнерами. Це дозволяє скористатися перевагами міжнародного співробітництва у сфері виробництва, що також вплине на ефективність компанії та підвищить її конкурентоспроможність. Для підвищення ефективності діяльності підприємства важливо всебічно розглянути його потенціал, у тому числі експортний. Експортний потенціал характеризує всі можливості у виробництві конкурентоспроможної продукції та її реалізації на зовнішніх ринках.

На сьогодні продукція власного виробництва ТОВ «Торговий Дім Рось і Ко» з кожним роком зростає за обсягами та якісними характеристиками. Так, на сьогодні підприємство здійснює виробництво такої продукції, як дерев'яні будівельні конструкції та столярні вироби.

Фактично обсяг реалізації власного виробництва дерев'яних будівельних конструкцій протягом 2016-2020 рр. збільшився на 76% із рівня в 25,658 млн. грн. до рівня в 45,216 млн. грн.. Обсяг реалізації столярних

виробів власного виробництва компанії також мав динаміку до зростання із рівня в 15,270 млн. грн. в 2016 році до 20,964 млн. грн. в 2020 році (рис. 2.1).



Рис. 2.1. Динаміка обсягів реалізації продукції власного виробництва ТОВ «Торговий Дім Рось і Ко» в 2016-2020 рр.

Джерело: сформовано на основі фінансової звітності підприємства

Проте, зважаючи на наявне обладнання підприємства, компанія може збільшити обсяг власного виробництва столярних виробів більш ніж в 1,5 рази. Відзначаючи те, що ціни на внутрішньому ринку є низькими та ринок в Україні є вельми насиченим, доцільно розглянути можливість експорту даних видів продукції на зовнішній ринок. Зважаючи це, доцільним є виділення основних потенційних ринків збуту продукції компанії, а також здійснення аналізу за допомогою комплексного методу доцільності виходу на дані ринки.

Експорт столярних виробів та будівельних конструкцій України протягом 2016-2020 рр. відображено в 38н.38.. 2.1.

В цілому протягом 2016-2020 рр. експорт столярних виробів мав чітку динаміку до зростання до 2020 року, із рівня в 62,1 млн. дол. в 2016 році до

88 млн. дол. в 2019 році. При падінні на 21,5% в 2020 році експорт становив 69 млн. дол.

Таблиця 2.1

**Експорт столярних виробів та будівельних конструкцій України у
2016-2020 рр., млн. дол. [24]**

Група товарів	2016	2017	2018	2019	2020
Столярні вироби	62,1	69	87	88	69
Будівельні конструкції збірні	7,2	7,8	11,1	15,7	9,4

Зважаючи на поточний курс гривні до євро та виробничі можливості підприємства, можемо визначити величину експорту за поточних обсягів виробництва та за прогнозних обсягів виробництва власної продукції ТОВ «Торговий Дім Рось і Ко». В перспективі експортувати планується 40% власного виробництва дерев'яних будівельних конструкцій та 60% столярних виробів.

Також здійснимо оцінку можливості виходу компанії на ринки трьох країн зважаючи на стан макроекономічних показників. Так, динаміка макроекономічних показників Німеччини в 2016-2020 рр. відображена в табл. 2.2.

Таблиця 2.2

Динаміка макроекономічних показників Німеччини в 2016-2020 рр.

Показники	Роки					Приріст
	2016	2017	2018	2019	2020	2020-2016
1	2	3	4	5	6	7
Населення (млн,)	81,7	82,3	82,7	82,9	83	1,30
ВВП на душу населення (євро)	37056	37989	39 304	40 395	41 474	4418,00
ВВП (млрд євро)	3027	3134	3 245	3 344	3 436	409,00
Економічне зростання (ВВП, річна варіація в%)	1,7	2,2	2,5	1,5	0,6	-1,10
Внутрішній попит на столярні вироби(річна зміна в%)	1,6	3	2,4	2,1	1,2	-0,40
Споживання (річне відхилення в%)	1,9	2,3	1,3	1,3	1,6	-0,30
Інвестиції (річне відхилення в%)	1,8	3,8	2,5	3,5	2,6	0,80
Експорт (G & S, річне відхилення в%)	5,5	2,4	4,9	2,1	1	-4,50
Імпорт (G & S, річне відхилення в%)	5,8	4,3	5,2	3,6	2,5	-3,30
Промислове виробництво (річне відхилення в%)	0,9	1,8	3,3	0,9	-3,1	-4,00
Роздрібні продажі (річне відхилення в%)	3,8	2,6	2,8	1,8	3	-0,80
Рівень безробіття	6,4	6,1	5,7	5,2	5	-1,40

Продовження таблиці 2.2

1	2	3	4	5	6	7
Бюджетний баланс (% ВВП)	0,9	1,2	1,2	1,9	1,4	0,50
Державний борг (% ВВП)	72,1	69,2	65,3	61,9	59,8	-12,30
Рівень інфляції (ІСЦ, річна зміна в%, на кінець періоду)	0,2	1,5	1,4	1,6	1,5	1,30
Рівень інфляції (ІСЦ, річний розкид в%)	0,5	0,5	1,5	1,7	1,4	0,90
Інфляція (ІЦВ, річна зміна в%)	-1,9	-1,6	2,7	2,6	1,1	3,00
Фондовий ринок (річна зміна в%)	9,6	6,9	12,5	-18,3	25,5	15,90
Поточний рахунок (% ВВП)	8,5	8,5	7,7	7,5	7	-1,50
Залишок на поточному рахунку (млрд євро)	260	267	254	247	245	-15,00
Торговий баланс (млрд євро)	242	246	249	231	226	-16,00

Динаміка макроекономічних показників Італії в 2016-2020 рр. відображена в 40н.40.. 2.3.

Таблиця 2.3

Динаміка макроекономічних показників Італії в 2016-2020 рр.

Показники	Роки					Приріст
	2016	2017	2018	2019	2020	2020-2016
1	2	3	4	5	6	7
Населення (млн.)	60,8	60,7	60,6	60,5	60,4	-0,40
ВВП на душу населення (євро)	27 209	27 964	28 692	29 196	29 611	2402,00
ВВП (млрд євро)	1,654	1,696	1,738	1,766	1,787	0,13
Економічне зростання (ВВП, річна варіація в%)	0,7	1,4	1,7	0,7	0,3	-0,40
Внутрішній попит на столярні вироби(річна зміна в%)	1,3	1,6	1,5	1,1	0,4	-0,90
Споживання (річне відхилення в%)	1,9	1,2	1,5	0,9	0,4	-1,50
Інвестиції (річне відхилення в%)	1,6	4,2	3,4	2,9	1,4	-0,20
Експорт (G & S, річне відхилення в%)	4,1	1,9	6	1,7	1,4	-2,70
Імпорт (G & S, річне відхилення в%)	6,3	4,1	6,5	2,8	-0,2	-6,50
Промислове виробництво (річне відхилення в%)	1,1	1,9	3,6	0,7	-1	-2,10
Роздрібні продажі (річне відхилення в%)	0,8	0,4	0,9	0,1	0,8	0,00
Рівень безробіття	11,9	11,7	11,2	10,6	9,9	-2,00
Бюджетний баланс (% ВВП)	-2,6	-2,4	-2,4	-2,2	-1,6	1,00
Державний борг (% ВВП)	135	135	134	135	135	0,00
Рівень інфляції (НІСР, річний розкид в%, на кінець періоду)	0,1	0,6	1	1,2	0,4	0,30
Рівень інфляції (НІСР, річний розкид в%)	0,1	-0,1	1,3	1,3	0,6	0,50
Інфляція (ІЦВ, річна зміна в%)	-2,7	-1,9	2,3	3,3	0,2	2,90
Фондовий ринок (річна зміна в%)	12,7	-10,2	13,6	-16,2	28,3	15,60
Поточний рахунок (% ВВП)	1,4	2,6	2,6	2,5	2,9	1,50
Залишок на поточному рахунку (млрд євро)	23,5	44	44,7	44	52,9	29,40
Торговий баланс (млрд євро)	41,8	49,6	47,6	39,3	52,9	11,10

Динаміка макроекономічних показників Польщі в 2016-2020 рр. відображено в 41н.41.. 2.4.

Таблиця 2.4

Динаміка макроекономічних показників Польщі в 2016-2020 рр.

Показник	Роки					Приріст 2020- 2016
	2016	2017	2018	2019	2020	
1	2	3	4	5	6	7
Населення (млн.)	38	38	38	38	38	0
ВВП на душу населення (євро)	11321	11236	12308	13105	13934	2,613
ВВП (млрд євро)	430	427	467	498	529	99
Економічне зростання (ВВП, річна варіація у%)	3,8	3,1	4,9	5,4	4,2	0,4
Внутрішній попит на столярні вироби(річна зміна в%)	3,3	2,3	4,9	5,6	3	-0,3
Споживання (річне відхилення у%)	3	3,9	4,5	4,2	3,9	0,9
Інвестиції (річне відхилення у%)	6,1	-8,2	40	9,4	7,2	1,1
Промислове виробництво (річне відхилення у%)	4,8	2,9	6,5	6	4,3	-0,5
Роздрібні продажі (річне відхилення у%)	1,3	3,7	8,2	7,9	6,7	5,4
Рівень безробіття	9,7	8,2	6,6	5,8	5,2	-4,5
Бюджетний баланс (% ВВП)	-2,6	-2,4	-1,5	-0,2	-0,7	1,9
Державний борг (% ВВП)	51,3	54,3	50,6	48,8	46	-5,3
Гроші (річна варіація у %)	9,6	9,7	4,5	8,8	8,7	-0,9
Рівень інфляції (ІСЦ, річна зміна у%, на кінець періоду)	-0,5	0,8	2,1	1,1	3,4	3,9
Рівень інфляції (НІСР, річний розкид у %)	-0,7	-0,2	1,6	12	2,1	2,8
Інфляція (ІЦП, річна зміна у%)	-2,1	-0,1	2,9	2	1,1	3,2
Процентна ставка політики (%)	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	0
Фондовий ринок (річна зміна у%)	-9,6	11,4	23,2	-9,5	0,2	9,8
Обмінний курс (до євро)	4,26	4,4	4,18	4,29	4,25	-0,01
Обмінний курс (до євро, аор)	4,18	4,36	4,26	4,26	4,3	0,12
Поточний рахунок (% ВВП)	-0,6	-0,5	0	-1	0,5	1,1
Залишок на поточному рахунку (млрд євро)	-2,4	-2,2	0,3	-5	2,5	4,9
Торговий баланс (млрд євро)	2,2	2,9	1,4	-4,8	2,4	0,2
Експорт (млрд євро)	172	177	202	217	230	58
Імпорт (млрд євро)	170	175	200	222	228	58
Експорт (річне відхилення у%)	8,5	3,1	13,7	7,4	6,2	-2,3
Імпорт (річне відхилення у%)	5	2,7	14,9	10,5	2,8	-2,2
Міжнародні резерви (євро)	86,9	108	94,6	102	115	28,1
Зовнішній борг (% ВВП)	70,5	75,3	68,2	63	59,1	-11,4

Наступним кроком використаємо комплексну методику оцінки країн.

Для цього визначаємо 10 основних макроекономічних показників для досліджуваних країн.

Таблиця 2.5

Ключові показники оцінки доцільності виходу підприємства на зовнішній ринок

Показник	Країни		
	Італія	Німеччина	Польща
Населення (млн.)	60	83	38
ВВП на душу населення (євро)	29611	41474	13934
Внутрішній попит на столярні вироби(річна зміна в%)	0,4	1,2	3
Ємність ринку столярних виробів (млн євро)	12,5	135	11,9
Рівень безробіття	9,9	5	5,2
Рівень інфляції (ІСЦ, річна зміна у%, на кінець періоду)	1,2	1,5	3,4
Промислове виробництво (річне відхилення у%)	-1	-3,1	4,3
Обмінний курс (до євро)	1	1	4,25
Експорт (млрд євро)	558	1671	230
Імпорт (млрд євро)	486	1452	228

Зважаючи на отримані дані, визначаємо мінімальне (для показників, зростання яких погіршує вплив зовнішнього середовища, наприклад інфляція та безробіття) та максимальне значення (зростання показників призводить до покращення стану зовнішнього середовища, наприклад, зростання внутрішнього попиту на столярні вироби). Так, нормалізуємо дані показники наступним чином (для прикладу взято рівень безробіття):

1. мінімальне значення в Німеччині, що становить 5%;
2. нормалізуємо для Польщі: $5/5,2 = 0,96$;
3. нормалізуємо для Італії: $5/9,9 = 0,5$.

Аналогічно наведемо приклад для населення:

1. максимальне значення в Німеччині – 83 млн. осіб;
2. нормалізуємо для Польщі: $38/83 = 0,45$;
3. нормалізуємо для Італії: $60/83 = 0,72$.

Аналогічно здійснимо і для інших показників, отримані дані щодо яких відображено в 42н.42.. 2.6.

Таблиця 2.6

**Нормалізовані показники оцінки доцільності виходу підприємства
ТОВ «Торговий Дім Рось і Ко» на зовнішній ринок**

Показник	Країни		
	Італія	Німеччина	Польща
Населення	0,72	1,00	0,46
ВВП на душу населення	0,71	1,00	0,34
Внутрішній попит на столярні вироби	0,13	0,40	1,00
Ємність ринку столярних виробів	0,09	1,00	0,09
Рівень безробіття	0,51	1,00	0,96
Рівень інфляції	1,00	0,80	0,35
Промислове виробництво	-0,23	-0,72	1,00
Обмінний курс	1,00	1,00	0,24
Експорт	0,33	1,00	0,14
Імпорт	0,47	0,16	1,00
Сумарне значення	4,74	6,64	5,57

За даними 43н.43.. 2.6 можемо зробити висновок, що найбільш доцільним за результатом методу комплексної оцінки є вихід підприємства на ринок Німеччини. Польща знаходиться на другому місці із рівнем в 5,57 бали. Проте, зважаючи на географічне віддалення Німеччини від України (відстань між столицями – 1355 км), підприємству доцільно розпочати вихід на зовнішній ринок саме з Польщі (відстань між столицями – 775 км).

Наступним кроком проведемо оцінку конкурентних переваг продукції компанії на ринку Польщі (43н.43..2.7).

Таблиця 2.7

**Комплексна оцінка конкурентних позицій підприємства
ТОВ «Торговий Дім Рось і Ко» з урахуванням ваги (важливості)
критеріїв на ринку Польщі**

Найменування позиції	Оцінка привабливості ринку, в балах (М)					Вага (G)	Оцінка
	Дуже погано (0)	Погано (2,5)	Середньо (5,0)	Добре (7,5)	Дуже добре (10)		
Привабливість ринку:							
Місткість ринку				+		0,15	1,125
Зростання ринку				+		0,2	1,5
Структура споживачів			+			0,1	0,5
Діапазон цін				+		0,1	0,75
Купівельна спроможність				+		0,15	1,125

Продовження таблиці 2.7

1	2	3	4	5	6	7	8
Доступність ринку			+			0,15	0,75
Інтенсивність конкуренції			+			0,15	0,75
Разом							6,5
Відносні конкурентні позиції підприємства:							
Конкурентоспроможність продукції підприємства				+		0,35	2,625
Ціни та основні умови укладання угод			+			0,3	1,5
Умови присутності на ринку та оцінка розподілу ринкових часток конкурентів			+			0,2	1
Ринкова частка та оцінка можливих фінансових результатів, які підприємство може отримати на ринку				+		0,15	1,125
Разом						1	6,25

Таким чином, для підприємства ТОВ «Торговий Дім Рось і Ко» з продукцією власного виробництва, а саме з дерев'яними будівельними конструкціями та столярними виробами, доцільним є вихід на ринок Польщі, де підприємство зможе мати такі конкурентні переваги, як ціну, якість та асортимент продукції.

2.2 Пропозиції щодо удосконалення маркетингової стратегії та маркетингової діяльності підприємства

Пропозиції щодо удосконалення маркетингової стратегії та маркетингової діяльності підприємства визначимо в двох аспектах:

1. пропозиції для внутрішнього ринку;
2. пропозиції для виходу на зовнішній ринок.

1. Пропозиції для внутрішнього ринку. У довгостроковій перспективі конкурентоспроможні компанії можуть застосовувати стратегії, щоб

дозволити корпоративним структурам вживати радикальних дій шляхом впровадження абсолютно нових товарів і послуг. Ця стратегія найбільше підходить для ТОВ «ТД РОСЬ І КО». У короткостроковій перспективі ТОВ «ТД РОСЬ І КО» має прийняти стратегію концентрованого зростання, яка характеризується формуванням найкращого обсягу, розвитком послуг та пошуком нових ринків. Крім того, для товариства з обмеженою відповідальністю «ТД РОСЬ І КО» рекомендовано застосовувати стратегію скорочення (стратегію лоу-кост) у середньостроковій перспективі: підприємство має закрити одне зі своїх напрямків (групу товарів, постачальника) для того, щоб реалізувати довгострокові зміни ТОВ «ТД РОСЬ І КО».

Нині, у зв'язку із ситуацією та змінами споживчого попиту, споживча потужність поступово зменшується, а коригування цін є нагальним.

З цією метою компанія повинна впровадити систему коригування цін, всебічно враховувати всі фактори, що впливають на ціни, і вчасно використовувати можливості компанії, щоб пом'якшити вплив негативних факторів. Запропонована система коригування цін має здійснюватися в 5 етапів: збір інформації (інформаційне забезпечення цінової політики має відповідати стратегії розвитку компанії), формулювання заходів, організація виконання заходів, моніторинг та визначення економічних ефектів.

Окрім того доцільно визначити основні напрямки підвищення ефективності інноваційного маркетингового забезпечення конкурентоспроможності ТОВ «ТД РОСЬ І КО»:

- впровадити в діяльність підприємства посаду маркетолога із відповідними посадовими функціями;
- удосконалювати комплекс інноваційних маркетингових комунікацій, що полягає насамперед у розвитку каналів онлайн-просування. Для підприємства доцільно розробляти власний сайт, в межах якого можна також запропонувати створення інтернет-магазину;

– необхідно розглядати напрямки посилення заходів прямого маркетингу. Зокрема, актуальним є питання впровадження CRM-системи та автоматизованої бази даних покупців. Це може бути досить ефективним додатком до сайту підприємства та Інтернет-магазину, які пропонується розробити;

– стосовно активізації просування продукції доцільним є впровадження програм лояльності для клієнтів. Це дасть змогу не лише підвищити інтенсивність воронки продажів, але і забезпечити якісний збір необхідної маркетингової інформації про ринок;

– ураховуючи швидкість упровадження інформаційно-комунікаційних технологій у бізнес сфері, пропонується застосування інноваційних бізнес-моделей керівництвом підприємства.

З метою підвищення результативності інноваційного маркетингового забезпечення конкурентоспроможності ТОВ «ТД РОСЬ І КО» необхідно постійно формувати ряд пропозицій: удосконалювати комплекс внутрішніх маркетингових комунікацій; розглядати напрямки посилення заходів прямого маркетингу; здійснювати впровадження програм лояльності для клієнтів, та багато чого іншого.

Тенденції щодо обслуговування клієнтів змінюються досить швидко, змушуючи підприємства шукати нові інструменти управління, прикладом якої є CRM-система. Маркетингові дослідження показують, що нині наявність міцної клієнтської бази є головним і чи не єдиним фактором сталого розвитку та процвітання компанії. Інтегрувати клієнтів у компанію та надавати йому дійсно персоналізовані послуги - це завдання, що намагається вирішити світова бізнес-спільнота. Стратегія CRM (Customer Relationship Management) - це стратегія, яка зміщує фокус бізнесу на внутрішні замовлення на обслуговування клієнтів. Компанія намагається отримати якомога більше інформації про своїх клієнтів та їхні потреби та використовує ці дані для розробки організаційних стратегій виробництва, реклами, продажу та обслуговування.

До причин, які мотивують ввести CRM-стратегію на ТОВ «ТД РОСЬ І КО» доцільно віднести наступні (рис. 2.2):

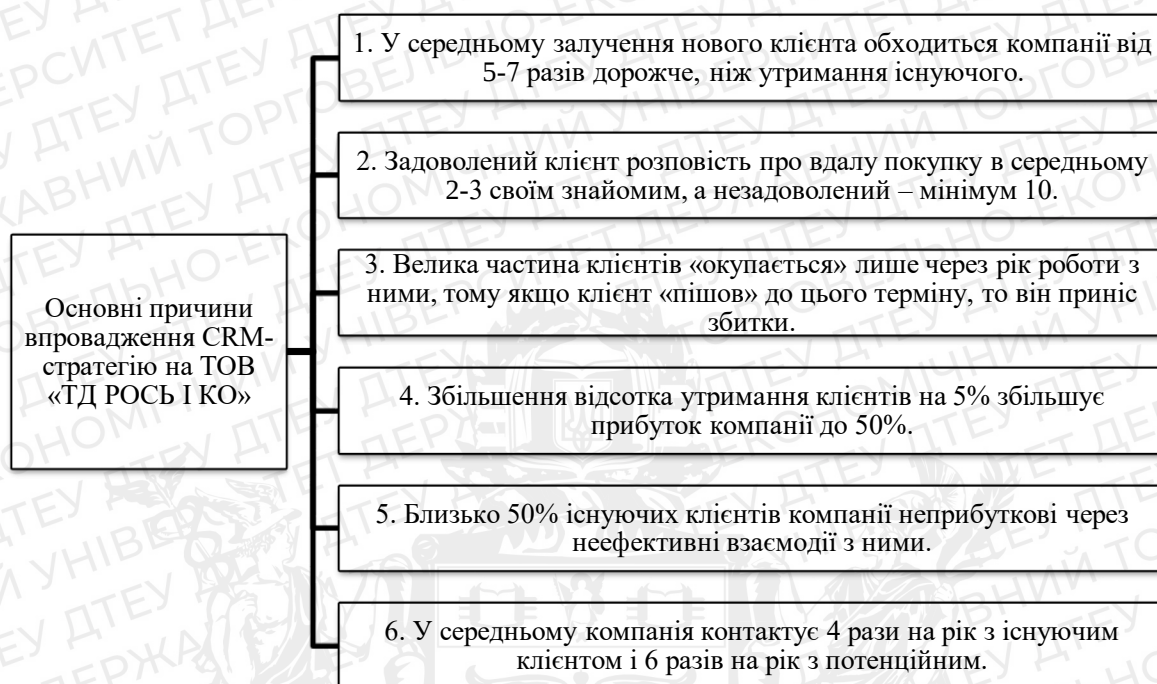


Рис. 2.2. Основні причини впровадження CRM-стратегію на ТОВ «ТД РОСЬ І КО»

Джерело: сформовано автором

Отже, формування конкурентоспроможності ТОВ «ТД РОСЬ І КО» можна розглядати як процес впровадження комплексу інноваційних заходів, що дозволяють досягти конкурентних переваг та посилити конкурентні позиції підприємства на ринку. Кінцевою метою конкурентної боротьби відповідно – здатність підприємства у поточному періоді та в довгостроковій перспективі забезпечувати більш високу, порівняно з конкурентами, ефективність виробництва та вигідність реалізації своїх товарів. Інноваційна діяльність як процес виступає обов'язковою умовою процесу задоволення потреб. Результатом інноваційної діяльності є створення інноваційної економіки, побудованої на знаннях та комерціалізації.

Таким чином видно, що CRM-система на підприємстві не лише полегшує та упорядковує їх діяльність, допомагає налагодити успішну комунікацію зі своїми клієнтами, а звичайних разових покупців перевести у

статус постійного покупця та головне заощаджує кошти та ресурси підприємства. Однозначно сказати, що краще обирати неможливо, варто дивитися згідно діяльності та цілей підприємства.

2. Пропозиції для виходу на зовнішній ринок. Характеристикою виходу підприємств на зовнішні ринки є складність і тривалість цього процесу. Освоєння нового ринку вимагає великих витрат часу, матеріалів і трудових ресурсів, тому, аналізуючи виробничо-господарську діяльність підприємства, виявляючи його слабкі та переваги, аналізуючи зовнішні та внутрішні фактори, процес планування змушує його можливий вихід на новий ринок.

Зважаючи на те, що ТОВ «ТД РОСЬ І КО» планує вихід на ринок Польщі, визначаємо за доцільне підприємству отримати сертифікат якості ISO 9001:2009. Система управління якістю ISO 9001 гарантує, що якість продукції компанії є стабільною та постійно покращується. ISO 9001:2008 є одним із найпоширеніших стандартів, розроблених Міжнародною організацією зі стандартизації. В Україні аналогом цього стандарту є ДСТУ ISO 9001:2009. Виробництво за принципами ISO 9001 означає, що компанія контролює та підтримує якість продукції. Це мінімізує ризик отримання неякісної продукції та робить підвищення якості основою виробничого процесу.

Отже, впровадження даного сертифікату свідчитиме про відповідність продукції ТОВ «ТД РОСЬ І КО» міжнародним стандартам якості, дозволяє підприємству здійснювати експорт товарів до багатьох країн світу.

Окрім того, при здійсненні експортної діяльності підприємству доцільно здійснювати вихід на ринок Польщі за допомогою непрямого експорту, а саме співпраці із мережею будівельних супермаркетів Leroy Merlin.

Співпраця між Leroy Merlin та постачальником базується на взаємній рамковій угоді та визначених логістичних стандартах та стандартах якості. Основою ефективної співпраці є як періодично оновлювана комерційна пропозиція, так і високий рівень якості поставок. У співпраці Leroy Merlin

використовує сучасні методи управління асортиментом, і кожен з бізнес-партнерів компанії отримує доступ до Порталу постачальників, завдяки якому, серед іншого, ТОВ «ТД РОСЬ І КО» зможе постійно перевіряти статистику якості здійснених поставок, рівень товарних запасів у мережі, отримувати дані про товар, а саме обсяги продажів за тиждень/місяць/квартал, аналізувати найбільш популярні моделі. Заради партнерських відносин Leroy Merlin також здійснює рекламні акції товарів постачальників за власний кошт, а також розробляє програми лояльності.

Крім того, завдяки QMS (Системі управління якістю) – системі, за допомогою якої Leroy Merlin дбає про якість продукції, що продається в усіх компаніях ADEO, ТОВ «ТД РОСЬ І КО» за наявності сертифікату ISO 9001:2009 матиме можливість налагодити співпрацю з майже 500 магазинами Leroy Merlin.com, та, в перспективі вийти не тільки на ринок Польщі. Також при узгодженні комерційних умов ТОВ «ТД РОСЬ І КО» зможе обрати оптимальний канал доставки – централізоване постачання продукції на центральний склад, потік через транзитну платформу (X-dock), яка дозволить здійснювати прямі поставки в мережеві магазини, спеціалізовані будівельні склади або безпосередньо замовнику.

Таким чином, для ефективного виходу підприємства на зовнішній ринок компанії ТОВ «ТД РОСЬ І КО» доцільно отримати сертифікат ISO 9001:2009 та здійснювати непрямий експорт на ринок Польщі, а саме через мережу магазинів Leroy Merlin.

Показники потенційного обсягу експорту продукції ТОВ «Торговий Дім Рось і Ко» відображено на рис. 2.3.

За даними рис. 2.3 можемо зробити висновок, що якщо б підприємство почало здійснювати експорт власної продукції без збільшення її виробництва, експорт дерев'яних будівельних конструкцій становив би 1,473 млн. євро., а столярних виробів – 683 тис. євро.

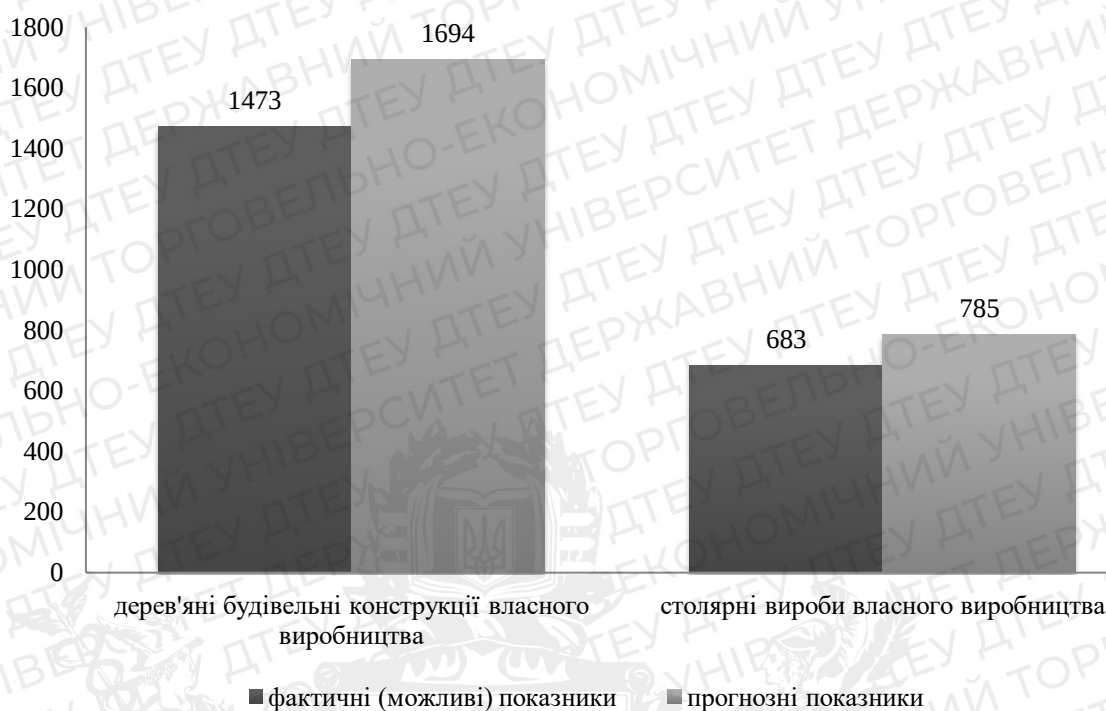


Рис. 2.3. Показники потенційного обсягу виробництва експортної продукції ТОВ «Торговий Дім Рось і Ко», тис. євро

Проте, у підприємства є потенціал до нарощування обсягів виробництва, за рахунок впровадження нового обладнання. Збільшення обсягів виробництва дозволяло б збільшити експорт дерев'яних будівельних конструкцій до 1,694 млн. євро, а столярних виробів – 785 тис. євро (рис. 2.4).



Рис. 2.4. Показники потенційного обсягу експорту продукції при впровадженні нового обладнання ТОВ «Торговий Дім Рось і Ко», тис. євро

З метою збільшення обсягів виробництва продукції для експорту на підприємстві доцільним є впровадження верстату лазерного різання Tesla Weld 3150. Верстат лазерного різання Tesla Weld 3150 – практичний та економічний варіант, який підходить для виконання більшості типових завдань з розкроювання металу (51н.51..2.8). Модель випускається з різними габаритними параметрами робочого поля. Користувачеві також доступні на вибір кілька варіантів лазерів, що відрізняються за потужністю: від 500 до 6000 Вт. Комплектуючі для даної системи поставляються з Японії та Німеччини.

Таблиця 2.8

Характеристики Tesla Weld 3150

Споживана потужність верстата, кВт	10
Розмір робочого поля (варіанти комплектації), мм	3000 x 1500 4000 x 1500 4000 x 2000
Потужність лазера (варіанти комплектації), Вт	500 750 1000 1500 2000 3000 4000 6000
Точність повторного позиціонування, мм	± 0.03 – 0.05
Габаритні розміри стола, мм	4600x2500 6000x2600 8000x3100
Вартість обладнання	1430 тис. грн.

Вартість верстату становить 1,430 млн. грн. Окрім того, для його встановлення та налаштування потрібно також буде здійснити витрати в розмірі 15% від вартості, або 214,5 тис. грн.

Для його роботи також доцільним є найм 2-х працівників, а саме столярів. Основними обов'язками працівника будуть:

- здійснювати відбір та сортування матеріалів;
- вміти використовувати електрифікований інструмент;
- виготовляти та монтувати будь-які столярні вироби;
- вміти зачистити деталь після обробки, тощо.

Заробітна плата працівника на місяць становитиме 20 тис. грн.

Таким чином, за умови впровадження нового обладнання та працівника, що буде працювати на ньому підприємство ТОВ «Торговий Дім Рось і Ко» зможе збільшити обсяг виробництва столярної продукції, що дозволить наростити обсяг експорту до рівня в 785 тис. євро щорічно.

2.3 Прогнозне оцінювання ефективності запропонованих заходів та їх вплив на результати діяльності підприємства

Проведене дослідження діяльності ТОВ «ТД РОСЬ І КО» дозволило визначити основні напрямки щодо удосконалення маркетингової діяльності та маркетингової стратегії. Тому вважаємо за доцільне визначити обсяги витрат за кожним із заходів та визначити їх вплив на фінансові результати в майбутньому.

1. Оцінка пропозиції для внутрішнього ринку.

1.1. Впровадження CRM-стратегії на ТОВ «ТД РОСЬ І КО». Витрати на впровадження CRM-системи становитимуть:

- витрати на купівлю програмного забезпечення CRM-системи становитимуть 7000 дол.;
- формування технічного завдання та налаштування системи під особливості діяльності торговельного підприємства становитимуть 50% від вартості, або 3500 дол.;
- щорічне оновлення CRM-системи 950 дол. на рік;
- технічна підтримка – 20% від вартості, або 1400 дол.

Таким чином, сумарні витрати на впровадження CRM-систем на підприємстві становитиме 12,850 тис. дол., або 347 тис. грн. Дані кошти будуть взяті із нерозподіленого прибутку підприємства (52н.52.. 2.9).

Таблиця 2.9

**Оцінка економічної доцільності впровадження CRM-стратегії на
ТОВ «ТД РОСЬ І КО»**

Показники	2022
Приріст чистого доходу, тис. грн.	17616,7
Собівартість продукції та послуг, тис. грн.	14093,4
Інші витрати, тис. грн.	2140,5
Фінансовий результат до оподаткування, тис. грн.	1382,8
Податок на прибуток (18%), тис. грн.	248,9
Чистий прибуток, тис. грн.	1133,9
Інвестиції, тис. грн.	347,0
Коефіцієнт дисконтування	1,00
Дисконтовані інвестиції, тис. грн.	347,0
Грошовий потік по проекту, тис. грн.	1133,9
Дисконтований ГП, тис. грн.	1133,9
Чистий приведений дохід (NPV), тис. грн.	786,9
Індекс (коефіцієнт) рентабельності річний IR, %	3,27
Термін окупності проекту, років	0,55

1.2. Впровадження посади маркетолога. Здійснимо розпис витрат на впровадження посади маркетолога:

- витрати на заробітну плату становитимуть 18,0 тис. грн. на місяць, що за рік складатиме 216 тис. грн.;
- витрати на соціальні відрахування в розмірі 22%, або 48 тис. грн.;
- витрати на забезпечення діяльності працівника (програмне та офісне забезпечення (стіл, комп'ютер, тощо)), які становитимуть 50 тис. грн..

Таким чином, сумарні витрати становитимуть 313,52 тис. грн..

Окрім того, доцільним є відображення даних змін в організаційній структурі підприємств, що відображена на рис. 2.5.



Рис. 2.5. Пропонована організаційна структура ТОВ «ТД РОСЬ І КО»

Вигодами від впровадження посади маркетолога будуть пошук нових клієнтів та їх залучення до співпраці із бізнес-організацією, що дозволить на 5-7% збільшити чистий дохід (табл. 2.10).

Таблиця 2.10

Оцінка економічної доцільності впровадження посади маркетолога на ТОВ «ТД РОСЬ І КО»

Показники	2022
Приріст чистого доходу, тис. грн.	11744,5
Собівартість продукції та послуг, тис. грн.	9395,6
Інші витрати, тис. грн.	1427,0
Фінансовий результат до оподаткування, тис. грн.	921,9
Податок на прибуток (18%), тис. грн.	165,9
Чистий прибуток, тис. грн.	755,9
Інвестиції, тис. грн.	313,5
Коефіцієнт дисконтування	1,00
Дисконтовані інвестиції, тис. грн.	313,5
Грошовий потік по проекту, тис. грн.	755,9
Дисконтований ГП, тис. грн.	755,9
Чистий приведений дохід (NPV), тис. грн.	442,41
Індекс (коефіцієнт) рентабельності річний IR, %	2,41
Термін окупності проекту, років	0,83

Також зважаючи на те, що компанії буде доцільним вихід на зовнішній ринок впровадження посади маркетолога надасть можливість проводити аналіз зовнішнього ринку а також, в подальшому здійснювати розробку відповідних програм.

1.3. Витрати на створення власного інтернет-сайту та створення інтернет-магазину становитимуть 120 тис. грн.

За даними торговельних підприємств, що створювали власний сайт та підключали контекстну рекламу, основні вигоди при впровадженні даних заходів полягали у зростанні прямих продажів на 10-15%.

Оцінка економічної доцільності створення власного інтернет-сайту та створення інтернет-магазину і запуск контекстної реклами на ТОВ «ТД РОСЬ І КО» відображено в табл. 2.11.

Таблиця 2.11

**Оцінка економічної доцільності створення власного інтернет-сайту
та створення інтернет-магазину і запуск контекстної реклами на
ТОВ «ТД РОСЬ І КО»**

Показники	2022
Приріст чистого доходу, тис. грн.	24467,6
Собівартість продукції та послуг, тис. грн.	19574,1
Інші витрати, тис. грн.	2973,0
Фінансовий результат до оподаткування, тис. грн.	1920,5
Податок на прибуток (18%), тис. грн.	345,7
Чистий прибуток, тис. грн.	1574,8
Інвестиції, тис. грн.	120,0
Коефіцієнт дисконтування	1,00
Дисконтовані інвестиції, тис. грн.	120,0
Грошовий потік по проекту, тис. грн.	1574,8
Дисконтований ГП, тис. грн.	1574,8
Чистий приведений дохід (NPV), тис. грн.	1454,85
Індекс (коефіцієнт) рентабельності річний IR, %	13,12
Термін окупності проекту, років	0,15

Отже, можемо зробити висновок, що всі проекти щодо удосконалення маркетингової діяльності та маркетингової стратегії доцільні до впровадження. Так, за проектом впровадження CRM-стратегії ТОВ «ТД РОСЬ І КО» чистий приведений дохід становить 786,9 тис. грн., а термін окупності складає 7 місяців. Щодо економічної доцільності створення власного інтернет-сайту та створення інтернет-магазину і запуск контекстної реклами на ТОВ «ТД РОСЬ І КО», то тут чистий приведений дохід становить 1454,8 тис. грн., а термін окупності складає 2 місяці. Оцінка економічної доцільності впровадження посади маркетолога на ТОВ «ТД РОСЬ І КО» свідчить про те, що чистий приведений дохід складатиме 442,4 тис. грн., а термін окупності становитиме 10 місяців.

2. Оцінка пропозиції для зовнішнього ринку. Оцінку пропозицій для зовнішнього ринку здійснимо на основі аналізу зовнішньоторговельного контракту з експорту до Польщі.

Умови здійснення контракту відображено в 55н.55.. 2.12.

Таблиця 2.12

Вихідні умови для здійснення експорту столярних виробів

ТОВ «ТД РОСЬ І КО» до Польщі

Вид ЗЕО	Експорт		
		дол.	грн.
Умови ЗЕД контракту			
Країна-імпортер	Польща		
Найменування товару	Столярні вироби		
Код УКТ ЗЕД	4418		
Кількість товару, (нат. Одиниць)	1000		
Контрактна ціна товару (за одиницю)	18	18,0	486
Базисні умови поставки	EXW		
Термін поставки	30 днів		
Валюта ціни	дол		
Валюта платежу	дол		
Курс НБУ на дату платежу	27		27,0
Курс на МВБ на дату платежу	27		
Форма міжнародних розрахунків	Банк. Переказ		
Умови (графік) розрахунків	100% аванс		
Фактурна вартість товару			
Собівартість одиниці товару	8	8	216
Витрати по здійсненню ЗЕО			
Транспортні витрати	на 1 од	0,02	0,54
Витрати на навантаження, розвантаження	на 1 од	0,01	0,27
Страхові платежі	на 1 од	0,005	0,135
Митні платежі			
Ставка мита	0,0%		
Ставка акцизного збору	0,0%		
Ставка митного збору	0,0%		
ПДВ	20,0%		
Інші витрати			
Ставка податку на прибуток	18,0%		
Умови продажу товару на внутрішньому ринку			
Ціна одиниці товару на внутрішньому ринку		12,5	337,5
Витрати на реалізацію товару на внутрішньому ринку (в % від внутрішньої ціни)	20,0%	1,8	48,6

Наступним кроком здійснимо розрахунки економічної ефективності експортної операції, що відображено в 56н.56.. 2.13.

Таблиця 2.13

**Розрахунки економічної ефективності експортної операції
ТОВ «ТД РОСЬ І КО» до Польщі**

	дол.	грн.
Валютна виручка	18 000	486 000
Фактурна вартість товару		0
Витрати на виробництво товару (собівартість)	8 000	216 000
Витрати по здійсненню ЗЕО	35	945
Транспортні витрати	20	540
Витрати на навантаження, розвантаження	10	270
Страхові платежі	5	135
Митна вартість товару	18 035	486 945
Митні платежі	3 607	97 389
ПДВ	3 607	97 389
Інші витрати для виконання ЗЕО	1 300	35 100
Витрати на отримання інших дозвільних документів	200	5 400
Витрати на оформлення ЗЕД документації	200	5 400
Маркетинг, реклама	500	13 500
Представницькі витрати	400	10 800
Загальні витрати по ЗЕО	12 942	349 434
Прибуток до оподаткування по ЗЕО	5 058	136 566
Податок на прибуток	910	24 582
Чистий прибуток	4 148	111 984

Таким чином, при здійсненні експорту столярних виробів ТОВ «ТД РОСЬ І КО» до Польщі обсяг валютної виручки становитиме 18 тис. дол., а загальні витрати на зовнішньоекономічну діяльність становитиме 12,942 тис. дол. Отриманий чистий прибуток в результаті здійснення експорту столярних виробів складе 4,148 тис. дол., або 111,984 тис. грн.

Наступним кроком здійснимо порівняння із чистим прибутком при здійсненні реалізації на внутрішньому ринку, що відображено в 57н.57.. 2.14.

Таблиця 2.14

Продаж товару на внутрішньому ринку

	дол.	грн.
Чистий дохід від реалізації на внутрішньому ринку	12 500	337 500
Витрати на реалізацію на внутрішньому ринку	1 800	48 600
Загальні витрати продажу на внутрішньому ринку	9 800	264 600
Прибуток до оподаткування на внутрішньому ринку	2 700	72 900
Чистий прибуток від реалізації продукції	2214,00	59 778

Таким чином, при реалізації аналогічного обсягу продукції на внутрішньому ринку компанія зможе отримати лише 59,778 тис. грн. чистого прибутку проти 111,984 тис. грн. за умови експорту продукції.

Наступним кроком проаналізуємо показники економічної ефективності експортної операції, що відображено в 58н.58.. 2.15.

Таблиця 2.15

Показники економічної ефективності експортної операції**ТОВ «ТД РОСЬ І КО» до Польщі**

Рентабельність операції за прибутком до оподатк.	28,1%
Рентабельність операції за ЧП	23,0%
Базовий коефіцієнт ефективності ЗЕО	1,39
Альтернативний коефіцієнт ефективності ЗЕО	1,87

Отже, можемо зробити висновок, що компанії ТОВ «ТД РОСЬ І КО» доцільно здійснювати експорт столярних виробів до Польщі на основі непрямого експорту. Рентабельність експортної операції становить за чистим прибутком 23%, а базовий коефіцієнт ефективності експорту складає 1,39.

Також здійснимо оцінку доцільності впровадження заходів щодо удосконалення виробництва столярних виробів на основі провадження нового обладнання.

Так, сумарні витрати на впровадження пропонованого заходу становитимуть:

1. витрати на купівлю обладнання складають 1430 тис. грн.;
2. витрати на його доставку, установку та налаштування становитимуть 214,5 тис. грн.;
3. витрати на залучення працівників становитимуть 590 тис. грн.:
 - 3.1. витрати на заробітну плату: $20 \cdot 2 \cdot 12 = 480$ тис. грн.;
 - 3.2. витрати на соціальні відрахування: $22\% \cdot 480 = 106$ тис. грн.
 - 3.3. витрати на купівлю спецодягу 4000 грн.

Отже, сумарні витрати складатимуть 2234,5 тис. грн. Зважаючи на можливості даного обладнання, за зміну воно може виробляти від 80 до 100 столярних виробів вартістю від 60 до 120 грн. Загальний обсяг річного виробництва становитиме 2025,0 тис. грн. Витрати собівартості на одиницю виробу становлять 50%.

Здійснимо розрахунок економічної доцільності впровадження даного проекту.

Таблиця 2.16

Розрахунок економічної ефективності впровадження нового обладнання ТОВ «ТД РОСЬ І КО»

Показники	1 рік	2 рік	3 рік	4 рік	5 рік	Всього по проекту
Приріст чистого доходу, тис. грн.	2025,0	2227,5	2450,3	2695,3	2964,8	12362,83
Собівартість продукції та послуг, тис. грн.	1012,5	1113,8	1225,1	1347,6	1482,4	6181,41
Інші витрати, тис. грн.	246,1	258,4	271,3	284,8	299,1	1359,59
Фінансовий результат до оподаткування, тис. грн.	766,4	855,4	953,9	1062,8	1183,3	4821,83
Податок на прибуток (18%), тис. грн.	138,0	154,0	171,7	191,3	213,0	867,93
Чистий прибуток, тис. грн.	628,5	701,4	782,2	871,5	970,3	3953,90
Інвестиції, тис. грн.	2234,5	0,0	0,0	0,0	0,0	2234,50
Коефіцієнт дисконтування (8,5% річних)	1,00	0,92	0,85	0,78	0,72	
Дисконтовані інвестиції, тис. грн.	2234,5	0,0	0,0	0,0	0,0	2234,50

Продовження таблиці 2.16

Грошовий потік по проекту, тис. грн.	628,5	701,4	782,2	871,5	970,3	3953,90
Дисконтований ГП, тис. грн.	628,5	646,5	664,4	682,3	700,2	3321,84
Чистий приведений дохід (NPV), тис. грн.						1087,34
Індекс (коефіцієнт) рентабельності річний IR, %						1,49
Термін окупності проекту, років						3,41

Таким чином, впровадження даного обладнання є економічно обґрунтованим, адже при загальних інвестиціях в розмірі 2234,5 тис. грн., чистий приведений дохід становитиме 1087,34 тис. грн. Також доцільно зазначити, що термін окупності проекту становить 3,4 роки, або 41 місяць.

Висновки до розділу 2

На основі проведеного дослідження в другому розділі можемо зробити наступні висновки:

– основні напрямки підвищення ефективності інноваційного маркетингового забезпечення конкурентоспроможності ТОВ «ТД РОСЬ І КО»: впровадити в діяльність підприємства посаду маркетолога із відповідними посадовими функціями; удосконалювати комплекс інноваційних маркетингових комунікацій, що полягає насамперед у розвитку каналів онлайн-просування. Для підприємства доцільно розробляти власний сайт, в межах якого можна також запропонувати створення інтернет-магазину; необхідно розглядати напрямки посилення заходів прямого маркетингу. Зокрема, актуальним є питання впровадження CRM-системи та автоматизованої бази даних покупців. Це може бути досить ефективним додатком до сайту підприємства та Інтернет-магазину, які пропонується

розробити; стосовно активізації просування продукції доцільним є впровадження програм лояльності для клієнтів. Це дасть змогу не лише підвищити інтенсивність воронки продажів, але і забезпечити якісний збір необхідної маркетингової інформації про ринок; ураховуючи швидкість упровадження інформаційно-комунікаційних технологій у бізнес сфері, пропонується застосування інноваційних бізнес-моделей керівництвом підприємства. Всі проекти щодо удосконалення маркетингової діяльності та маркетингової стратегії на внутрішньому ринку доцільні до впровадження. Так, за проектом впровадження CRM-стратегії ТОВ «ТД РОСЬ І КО» чистий приведений дохід становить 786,9 тис. грн., а термін окупності складає 7 місяців. Щодо економічної доцільності створення власного інтернет-сайту та створення інтернет-магазину і запуск контекстної реклами на ТОВ «ТД РОСЬ І КО», то тут чистий приведений дохід становить 1454,8 тис. грн., а термін окупності складає 2 місяці. Оцінка економічної доцільності впровадження посади маркетолога на ТОВ «ТД РОСЬ І КО» свідчить про те, що чистий приведений дохід складатиме 442,4 тис. грн., а термін окупності становитиме 10 місяців;

– для ефективного виходу підприємства на зовнішній ринок компанії ТОВ «ТД РОСЬ І КО» доцільно отримати сертифікат ISO 9001:2009 та здійснювати непрямий експорт на ринок Польщі, а саме через мережу магазинів Leroy Merlin. При здійсненні експорту столярних виробів ТОВ «ТД РОСЬ І КО» до Польщі обсяг валютної виручки становитиме 18 тис. дол., а загальні витрати на зовнішньоекономічну діяльність становитиме 12,942 тис. дол. Отриманий чистий прибуток в результаті здійснення експорту столярних виробів складе 4,148 тис. дол., або 111,984 тис. грн. При реалізації аналогічного обсягу продукції на внутрішньому ринку компанія зможе отримати лише 59,778 тис. грн. чистого прибутку проти 111,984 тис. грн. за умови експорту продукції. Отже, можемо зробити висновок, що компанії ТОВ «ТД РОСЬ І КО» доцільно здійснювати експорт столярних виробів до Польщі на основі непрямого експорту. Рентабельність експортної

операції становить за чистим прибутком 23%, а базовий коефіцієнт ефективності експорту складає 1,39. Впровадження пропонованого обладнання є економічно обґрунтованим, адже при загальних інвестиціях в розмірі 2234,5 тис. грн., чистий приведений дохід становитиме 1087,34 тис. грн. Також доцільно зазначити, що термін окупності проекту становить 3,4 роки, або 41 місяць.



ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Проведене дослідження дозволило сформулювати наступні висновки.

Протягом 2016-2017 рр. та 2019-2020 рр. відбувалося щорічне зростання чистого доходу від реалізації продукції. Чистий дохід протягом 2017 року збільшився на 13,3% до рівня в 132,973 млн. грн. В 2018 році чистий дохід від реалізації продукції зменшився на 7,6% до рівня в 122,814 млн. грн. За 2019 рік чистий дохід збільшився на 30,2% до рівня в 159,946 млн. грн. В 2020 році обсяг чистого доходу зріс на 22,4% до рівня в 195,741 млн. грн.. Зростання чистого доходу відбувалося за рахунок збільшення обсягів реалізації продукції підприємства. Протягом 2016-2020 рр. на підприємстві щорічно відбувалося зростання чистого прибутку із рівня в 5,156 млн. грн.. в 2016 році до рівня в 5,802 млн. грн. в 2017 році. За скорочення чистого прибутку на 1,05% в 2018 році підприємство отримало чистого прибутку в розмірі 5,741 млн. грн. В 2019-2020 рр. спостерігається щорічне зростання чистого прибутку на 7% в 2019 році та на 7,4% в 2020 році. Протягом досліджуваного періоду підприємство скоротило обсяг залучених коштів в капіталі із рівня в 74,6% в 2016 році до рівня в 32,4% в 2020 році. Також доцільно зазначити, що коефіцієнт автономії протягом 2016-2018 рр. не відповідав нормативному значенню в 0,5, а тому протягом періоду підприємство було залежним від зовнішніх джерел фінансування. Проте, протягом 2019-2020 рр. значення показника було понад 0,5, що свідчить про скорочення залежності підприємства від зовнішніх запозичень;

результатами дослідження на основі SNW – аналізу можемо зробити висновок, що найбільш сприятливими факторами в діяльності ТОВ «ТД РОСЬ І КО» є психологічний стан в колективі, цінова політика підприємства та обсяги продажів. Проте проблемними аспектами залишаються мала чисельність персоналу, умови праці. Дослідження впливу внутрішніх факторів дозволяє оцінити можливості компанії, швидко реагувати на дії конкурентів, залучити всі наявні резерви та скористатися іншими

можливостями. Отримані дані свідчать про те, що майже всі внутрішні фактори навколишнього середовища мали позитивний вплив на діяльність ТОВ «ТД РОСЬ І КО». Сьогодні на ринок роздрібної торгівлі будівельними матеріалами впливають такі фактори, як стан будівельної галузі, доходи населення, рівень інфляції, стан фінансового становища України та сприяння зростанню попиту, податкове законодавство, зростання оптової ціни будівельних матеріалів.

Основні напрямки підвищення ефективності інноваційного маркетингового забезпечення конкурентоспроможності ТОВ «ТД РОСЬ І КО»: впровадити в діяльність підприємства посаду маркетолога із відповідними посадовими функціями; удосконалювати комплекс інноваційних маркетингових комунікацій, що полягає насамперед у розвитку каналів онлайн-просування. Для підприємства доцільно розробляти власний сайт, в межах якого можна також запропонувати створення інтернет-магазину; необхідно розглядати напрямки посилення заходів прямого маркетингу. Зокрема, актуальним є питання впровадження CRM-системи та автоматизованої бази даних покупців. Це може бути досить ефективним додатком до сайту підприємства та Інтернет-магазину, які пропонується розробити; стосовно активізації просування продукції доцільним є впровадження програм лояльності для клієнтів. Це дасть змогу не лише підвищити інтенсивність воронки продажів, але і забезпечити якісний збір необхідної маркетингової інформації про ринок; ураховуючи швидкість упровадження інформаційно-комунікаційних технологій у бізнес сфері, пропонується застосування інноваційних бізнес-моделей керівництвом підприємства. Всі проекти щодо удосконалення маркетингової діяльності та маркетингової стратегії на внутрішньому ринку доцільні до впровадження. Так, за проектом впровадження CRM-стратегії ТОВ «ТД РОСЬ І КО» чистий приведений дохід становить 786,9 тис. грн., а термін окупності складає 7 місяців. Щодо економічної доцільності створення власного інтернет-сайту та створення інтернет-магазину і запуск контекстної реклами на ТОВ «ТД

РОСЬ І КО», то тут чистий приведений дохід становить 1454,8 тис. грн., а термін окупності складає 2 місяці. Оцінка економічної доцільності впровадження посади маркетолога на ТОВ «ТД РОСЬ І КО» свідчить про те, що чистий приведений дохід складатиме 442,4 тис. грн., а термін окупності становитиме 10 місяців.

Зважаючи на стан внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства доцільним є розширення діяльності компанії та вихід на зовнішній ринок. Дане твердження обґрунтовано тим, що на сьогодні підприємство має внутрішні резерви для розширення своєї діяльності, а також виробничі можливості для її здійснення – розширення виробництва дерев'яних будівельних конструкцій і столярних виробів.

Для ефективного виходу підприємства на зовнішній ринок компанії ТОВ «ТД РОСЬ І КО» доцільно отримати сертифікат ISO 9001:2009 та здійснювати непрямий експорт на ринок Польщі, а саме через мережу магазинів Leroy Merlin. При здійсненні експорту столярних виробів ТОВ «ТД РОСЬ І КО» до Польщі обсяг валютної виручки становитиме 18 тис. дол., а загальні витрати на зовнішньоекономічну діяльність становитиме 12,942 тис. дол. Отриманий чистий прибуток в результаті здійснення експорту столярних виробів складе 4,148 тис. дол., або 111,984 тис. грн. При реалізації аналогічного обсягу продукції на внутрішньому ринку компанія зможе отримати лише 59,778 тис. грн. чистого прибутку проти 111,984 тис. грн. за умови експорту продукції. Отже, можемо зробити висновок, що компанії ТОВ «ТД РОСЬ І КО» доцільно здійснювати експорт столярних виробів до Польщі на основі непрямого експорту. Рентабельність експортної операції становить за чистим прибутком 23%, а базовий коефіцієнт ефективності експорту складає 1,39. Впровадження пропонованого обладнання є економічно обґрунтованим, адже при загальних інвестиціях в розмірі 2234,5 тис. грн., чистий приведений дохід становитиме 1087,34 тис. грн. Також доцільно зазначити, що термін окупності проекту становить 3,4 роки, або 41 місяць.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аналіз будівельного ринку України. 2018 рік. URL : <https://proconsulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-stroitelnogo-rynka-ukrainy-v-2016-17-gg2018-god>.
2. Белугін В.С. Управління будівельними організаціями в умовах ринкової економіки. Будівництво України. 2015. № 5. С. 13-15.
3. Борецько В.І., Припула М.Ю. Перспективи виробництва будівельних матеріалів в Україні. Проблеми раціонального використання соціально-економічного та природно-ресурсного потенціалу регіону: фінансова політика та інвестиції : зб. Наук. 66н.. 2011. Вип. XVII, № 4. С. 64-71.
4. Всеукраїнська спілка виробників будівельних матеріалів. URL : <http://www.avbm.com.ua>.
5. Іщук С.І., Гладкий О.В. Географія промислових комплексів. Київ : Знання, 2011. 375 с.
6. Огляд розвитку будівельної галузі України. URL : <https://gazobeton.org/>
7. Пасічник В. Маркетинг будівельних ринків України: поточний стан і перспективи. Маркетинг в Україні. 2016. № 4. С. 55-59.
8. Пинда Ю.В. Тенденції розвитку та структурних зрушень у будівельному комплексі Львівської області. Регіональна економіка. 2012. № 3. С. 167-174.
9. Бавико О. Є. Тенденції розвитку ринку будівельних матеріалів в Україні / О. Є. Бавико // Торгівля і ринок України. Збірник наукових праць Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського. – 2017. – Вип. 41. – С. 41 – 47.
10. Лагоцька Н. З. Уточнення змісту та актуальні принципи збутової політики підприємства / Н. З. Лагоцька // Бізнес Інформ . – 2014 . - № 5 . – С. 302 – 307 .

11. Красовська О. Ю. Сутність та значення маркетингових активів підприємства / О. Ю. Красовська // Бізнес Інформ . – 2017 . - № 12 . – С . 457 – 464 .

12. Араспанова О.Ю. Сутність маркетингової діяльності з просування товарів / О.Ю. Араспанова // Інноваційний розвиток: освіта та наука XXI століття, 2018. - №4. – С.71-73

13. Гузенко Г.М. Управління та вдосконалення маркетингової діяльності на підприємстві / Г.М. Гузенко // Економіка і суспільство, 2017. - №12. – С. 227-234

14. Петровська І.П., та 67н.. Підтримка конкурентоспроможності підприємства на основі розробки та вибору конкурентних стратегій в умовах системної кризи економіки / І.П. Петровська, А.О. Носов // Сучасні проблеми економіки і підприємництва, 2015. - №16. – С. 86-92

15. Майстренко Ю.В. Стратегія маркетингу в системі управління підприємствами / Ю.В. Майстренко // Економіка та управління, 2015. - №7. – С. 81-85 160

16. Кривешко О.В., Сідун П.В. Чинники формування конкурентоспроможності підприємств та кластерів.
[URL:http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/13854/1/28_180-188_Vis_720_Menegment.pdf](http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/13854/1/28_180-188_Vis_720_Menegment.pdf)

17. Рябова З.В. Закономірності та принципи міжнародного маркетингового управління / З.В. Рябова // Народна освіта, 2017. URL: http://umo.edu.ua/images/content/nashi_vydanya

18. Yankovets T. Innovations and digital marketing: current trends of development [Text] / T. Yankovets, M. Vyshnevskaya // European Journal of Economics and Management. – Volume 5. – Issue 4. – 2019. – P. 21-27.

19. Виноградова О. В. Використання омніканальної збутової стратегії в інтернет-маркетингу / О. В. Виноградова, Н. І. Дрокіна // International Scientific-Practical Conference: Global marketing: analysis and challenges of our time: Conference Proceedings, May 16-17th, 2019. Batumi, Georgia. – P. 4-8.

20. Кудренко Д. Нові горизонти омніканального директмаркетингу [Електронний ресурс] / Д. Кудренко // Матеріали Українського форуму інтернет-діячів iForum2019, 23 травня 2019 року. – Режим доступу: <https://2019.iforum.ua/>.

21. Миронова К. П'ять основних переваг штучного інтелекту в маркетингу [Електронний ресурс] / К. Миронова. – Режим доступу: <http://km.365days.com.ua/5-osnovnih-perevag-shtuchnogo-intelektu-vmarketingu/>.

22. Офіційний сайт Держкомстату України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

23. Офіційний сайт Національного банку України. URL: <https://bank.gov.ua/>

24. Тенденції розвитку будівельних матеріалів: курс на імпортозаміщення. URL: <https://www.ua-bud.com.ua/tendents-rinku-bud-velnih-mater-al-v-kurs-na-importozamschennya/>



ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

Таблиця А.1

Динаміка активів ТОВ «ТД РОСЬ І КО» в 2016-2020 рр., тис. грн.

Показники	2016	2017	2018	2019	2020	Темп приросту, %		
						2019/ 2018	2020/ 2019	2020/ 2016
1. Необоротні активи								
Нематеріальні активи	0	732	5 409	4 517	3 569	-16,50	-20,98	0,0
Незавершені капітальні інвестиції	34 745	10 035	10 629	13 376	8 585	25,84	-35,82	-75,29
Основні засоби:	78 663	106 699	117 076	120 161	125 938	2,63	4,81	60,10
Інші необоротні активи	1 530	1 531	5 684	0	0			
Усього за розділом 1	114 938	118 997	138 798	156 282	162 286	12,60	3,84	41,19
2. Оборотні активи								
Запаси	12 094	9 900	14 591	11 547	12 537	-20,87	8,57	3,66
Виробничі запаси	10 442	9 064	10 584	7 723	11 543	-27,04	49,47	10,54
Незавершене виробництво	995	423	3 592	3 302	16	-8,09	-99,51	-98,37
Готова продукція	654	413	415	522	978	25,84	87,17	49,46
Дебіторська заборгованість за товари, Роботи, Послуги:	103 516	49 752	31 171	53 539	23 692	71,76	-55,75	-77,11
Дебіторська заборгованість з бюджетом	997	2 437	1 960	9	1 919	-99,55	21826	92,52
Дебіторська заборгованість за виданими авансами	0	0	3 911	4 322	4 046	10,52	-6,39	0,0
Інша поточна дебіторська заборгованість	2 692	6 789	2 030	59	3 737	-97,08	6207,2	38,83
Грошові кошти та їх еквіваленти:	1 618	711	1 676	2 434	279	45,28	-88,55	-82,77
Інші оборотні активи	150	840	3 693	555	736	-84,98	32,72	390,83
Усього за розділом 2	121 067	70 429	59 032	72 465	46 949	22,76	-35,21	-61,22
Баланс	236 005	189 426	197 829	228 746	209 234	15,63	-8,53	-11,34

Джерело: сформовано на основі фінансової звітності підприємства

Продовження додатку А

Таблиця А.2

Динаміка пасивів ТОВ «ТД РОСЬ І КО» в 2016-2020 рр., тис. грн.

Показники	2016	2017	2018	2019	2020	Темп приросту, %		
						2019/ 2018	2020/ 2019	2020/ 2016
1. Власний капітал								
Зареєстрований (пайовий) капітал	3 260	3 260	3 260	3 260	3 260	0,00	0,00	0,00
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	54 283	82 584	81 226	115 005	135 480	41,59	17,80	149,58
Капітал у дооцінках	1 630	1 630	1 630	1 630	1 630	0,00	0,00	0,00
Додатковий капітал	40	40	40	40	40	0,00	0,00	0,00
Емісійний дохід	40	40	40	40	40	0,00	0,00	0,00
Резервний капітал	643	643	643	643	643	0,00	0,00	0,00
Усього за розділом I	59 856	88 157	86 799	120 578	141 053	38,92	16,98	135,65
Довгострокове зобов'язання								
Відстрочені податкові зобов'язання	53	37	24	0	0	0,0	0,0	0,0
Інші довгострокові зобов'язання	0	0	0	0	391	0,0	0,0	0,0
Усього за розділом II	53	37	24	0	391	0,0	0,0	0,0
Поточні зобов'язання								
Короткострокові кредити банків	108 750	47 549	625	0	1 375	0,0	0,0	-98,74
Поточна кредиторська заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями	817	1 103	0	0	1 429	0,0	0,0	74,98
Поточна кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги	36 247	50 962	107 892	98 429	56 553	-8,77	-42,54	56,02
Поточна кредиторська заборгованість за:								
з одержаних авансів	823	0	18	96	0	450,00	-99,74	-99,97
з бюджетом	966	1 258	31	2 515	674	8013,71	-73,22	-30,26
розрахунками з оплати праці	17	16	17	36	12	118,18	-67,36	-30,88
Поточні забезпечення	29 046	345	467	5 170	5 192	1008,15	0,43	-82,13
Інші поточні зобов'язання	248	1 132	1 980	1 922	2 557	-2,92	33,02	931,05
Усього за розділом	176 097	101 232	111 030	108 168	67 790	-2,58	-37,33	-61,50
Баланс	236 005	189 426	197 829	228 746	209 234	15,63	-8,53	-11,34

Джерело: сформовано на основі фінансової звітності підприємства

**Аналіз впливу факторів зовнішнього середовища на діяльність
ТОВ «ТД РОСЬ І КО» [1;22;24]**

Фактори зовнішнього середовища	Стан фактору	Тенденція розвитку	Характер впливу
1	2	3	4
Економічні			
Інфляція	Рівень інфляції динаміку до зростання	Зростання	Негативно впливає на розмір доходів підприємства
Споживачі	Споживачами є юридичні та фізичні особи	Збільшення	Зростання обсягу попиту сприяє отриманню більшого прибутку
Конкуренція	Ринок будівельних матеріалів в Україні характеризується достатньо високим рівнем конкуренції.	Зростання	Велика конкуренція заважає підприємству ефективно здійснювати свою діяльність
Ринок праці	Спостерігається нехватка кваліфікованих спеціалістів	Нестача	Необхідність пошуку необхідних спеціалістів за допомогою рекрутингових агентств та підвищення кваліфікації працівників
Постачальники	Постачальниками є фірми, які постачають необхідне обладнання,будівельні матеріали, сировину та програмне забезпечення, канцелярські товари, а також електромережі, водоканал.	Зростання	Великий вибір постачальників дозволяє маневрувати і вибирати найбільш вигідних
Інвестиційна привабливість підприємства	Характеризує привабливість підприємства зі сторони потенційних інвесторів	Зростання	Збільшення інвестицій допоможе зміцнити фінансове положення підприємства
Політико-правові			
Стан законодавства	Законодавчі акти регулюють діяльність суб'єктів господарювання і підприємство керується ними в процесі своєї діяльності	Доопрацювання законодавчої бази	Прогалини в законах дають підставу для корупції. Необхідно постійно моніторити зміни в законодавстві
Техніко-екологічні			
Екологічний фактор	Підприємство зацікавлене в збереженні навколишнього природного середовища	Зростання	Мінімізація негативного впливу на довкілля в процесі здійснення будівельних робіт. Впровадження природоохоронних заходів.

КОДИ
2021 | 01 | 01Дата(рік,
місяць,
число)за ЄДРПОУ
за КОАТУУ
за КОПФГ

34603876

Підприємство
Територія
Організаційно-
правова форма
господарювання
Вид економічної
діяльностіТОВ «ТД РОСЬ І КО»
ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ
ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ47.52 Роздрібна торгівля залізними
виробами, будівельними матеріалами та
санітарно-технічними виробами в
спеціалізованих магазинах

за КВЕД

Адреса

04071, м.Київ, Подільський район,
ВУЛИЦЯ ВЕРХНІЙ ВАЛ, будинок 20**Консолідований баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 01.01.2021 р.**

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи:	1000	4517	3569
первісна вартість	1001	6425	6424
накопичена амортизація	1002	1909	2855
Незавершені капітальні інвестиції	1005	13376	8585
Основні засоби:	1010	120161	125938
первісна вартість	1011	175851	199989
знос	1012	55690	74051
Інвестиційна нерухомість:	1015	0	0
первісна вартість	1016	0	0
знос	1017	0	0
Довгострокові біологічні активи:	1020	0	0
первісна вартість	1021	0	0
накопичена амортизація	1022	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0
інші фінансові інвестиції	1035	0	0
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	0	0
Гудвіл	1050	0	0
Гудвіл при консолідації	1055	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0
Інші необоротні активи	1090	0	0
Усього за розділом I	1095	156282	162286
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	11547	12537
Виробничі запаси	1101	7723	11543
Незавершене виробництво	1102	3302	16
Готова продукція	1103	522	978
Товари	1104	0	0
Поточні біологічні активи	1110	0	0
Депозити перестрахування	1115	0	0
Векселі одержані	1120	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	53539	23692

Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	4322	4046
з бюджетом	1135	9	1919
у тому числі з податку на прибуток	1136	0	0
з нарахованих доходів	1140	0	0
із внутрішніх розрахунків	1145	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	59	3737
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	2434	279
Готівка	1166	0	0
Рахунки в банках	1167	2434	279
Витрати майбутніх періодів	1170	0	0
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0
у тому числі в:			
резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	0
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0
Інші оборотні активи	1190	554	738
Усього за розділом II	1195	72464	46948
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0
Баланс	1300	228746	209234

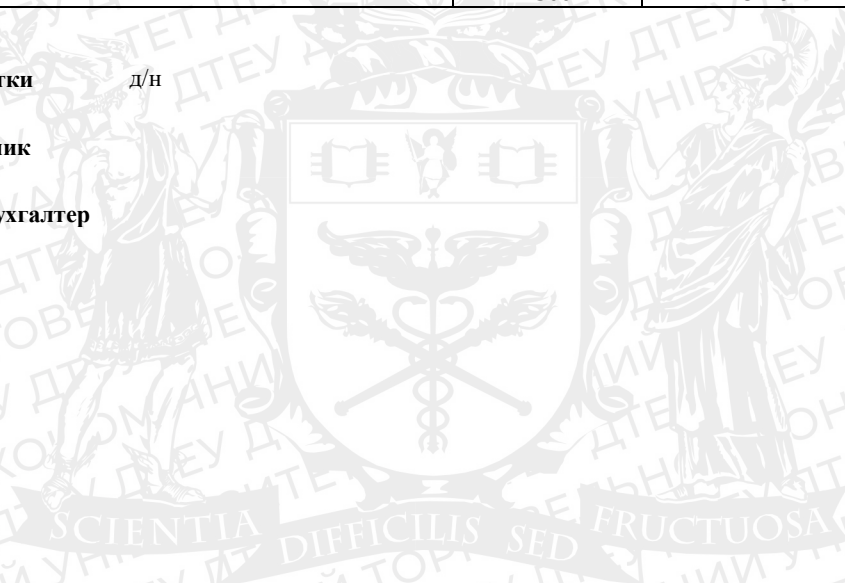
Пасив	Код рядка	На початок звітної періоду	На кінець звітної періоду
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	3260	3260
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0
Капітал у дооцінках	1405	1630	1630
Додатковий капітал	1410	40	40
Емісійний дохід	1411	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0
Резервний капітал	1415	643	643
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	115005	135480
Неоплачений капітал	1425	(0)	(0)
Вилучений капітал	1430	(0)	(0)
Інші резерви	1435	0	0
Неконтрольована частка	1490	0	0
Усього за розділом I	1495	120578	141053
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	0	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	391
Довгострокові забезпечення	1520	0	0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0
Страхові резерви, у тому числі:	1530	0	0
резерв довгострокових зобов'язань; (на початок звітної періоду)	1531	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат; (на початок звітної періоду)	1532	0	0
резерв незароблених премій; (на початок звітної періоду)	1533	0	0
інші страхові резерви; (на початок звітної періоду)	1534	0	0
Інвестиційні контракти;	1535	0	0
Призовий фонд	1540	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0
Усього за розділом II	1595	0	391
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	0	1375
Векселі видані	1605	0	0
Поточна кредиторська заборгованість: за довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	1429

за товари, роботи, послуги	1615	98429	56553
за розрахунками з бюджетом	1620	2515	674
за у тому числі з податку на прибуток	1621	1020	403
за розрахунками зі страхування	1625	0	0
за розрахунками з оплати праці	1630	36	12
за одержаними авансами	1635	96	0
за розрахунками з учасниками	1640	0	0
із внутрішніх розрахунків	1645	0	0
за страховою діяльністю	1650	0	0
Поточні забезпечення	1660	5170	5192
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	1922	2557
Усього за розділом III	1695	108168	67790
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0
Баланс	1900	228746	209234

Примітки д/н

Керівник

Головний бухгалтер



КОДИ
2020 | 01 | 01Дата(рік,
місяць,
число)
за ЄДРПОУ
за КОАТУУ
за КОПФГ

34603876

Підприємство
Територія
Організаційно-
правова форма
господарювання
Вид економічної
діяльностіТОВ «ТД РОСЬ І КО»
ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ
ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ47.52 Роздрібна торгівля залізними
виробами, будівельними матеріалами та
санітарно-технічними виробами в
спеціалізованих магазинах

за КВЕД

Адреса

04071, м.Київ, Подільський район,
ВУЛИЦЯ ВЕРХНІЙ ВАЛ, будинок 20**Консолідований баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 01.01.2020 р.**

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи:	1000	5409	4517
первісна вартість	1001	6376	6425
накопичена амортизація	1002	967	1909
Незавершені капітальні інвестиції	1005	10629	13376
Основні засоби:	1010	117076	120161
первісна вартість	1011	156454	175851
знос	1012	39378	55690
Інвестиційна нерухомість:	1015	0	0
первісна вартість	1016	0	0
знос	1017	0	0
Довгострокові біологічні активи:	1020	0	0
первісна вартість	1021	0	0
накопичена амортизація	1022	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0
інші фінансові інвестиції	1035	0	0
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	0	0
Гудвіл	1050	0	0
Гудвіл при консолідації	1055	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0
Інші необоротні активи	1090	5684	0
Усього за розділом I	1095	138798	156282
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	14591	11547
Виробничі запаси	1101	10584	7723
Незавершене виробництво	1102	3592	3302
Готова продукція	1103	415	522
Товари	1104	0	0
Поточні біологічні активи	1110	0	0
Депозити перестрахування	1115	0	0
Векселі одержані	1120	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	31171	53539

Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	3911	4322
з бюджетом	1135	1960	9
у тому числі з податку на прибуток	1136	0	0
з нарахованих доходів	1140	0	0
із внутрішніх розрахунків	1145	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	2030	59
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	1676	2434
Готівка	1166	0	0
Рахунки в банках	1167	1676	2434
Витрати майбутніх періодів	1170	0	0
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0
у тому числі в:		0	
резервах довгострокових зобов'язань	1181		0
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0
Інші оборотні активи	1190	3693	554
Усього за розділом II	1195	59031	72464
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0
Баланс	1300	197829	228746

Пасив	Код рядка	На початок звітної періоду	На кінець звітної періоду
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	3260	3260
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0
Капітал у дооцінках	1405	1630	1630
Додатковий капітал	1410	40	40
Емісійний дохід	1411	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0
Резервний капітал	1415	643	643
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	81226	115005
Неоплачений капітал	1425	(0)	(0)
Вилучений капітал	1430	(0)	(0)
Інші резерви	1435	0	0
Неконтрольована частка	1490	0	0
Усього за розділом I	1495	86799	120578
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	24	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	0	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	0
Довгострокові забезпечення	1520	0	0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0
Страхові резерви, у тому числі:	1530	0	0
резерв довгострокових зобов'язань; (на початок звітної періоду)	1531	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат; (на початок звітної періоду)	1532	0	0
резерв незароблених премій; (на початок звітної періоду)	1533	0	0
інші страхові резерви; (на початок звітної періоду)	1534	0	0
Інвестиційні контракти;	1535	0	0
Призовий фонд	1540	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0
Усього за розділом II	1595	24	0
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	625	0
Векселі видані	1605	0	0
Поточна кредиторська заборгованість: за довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	0

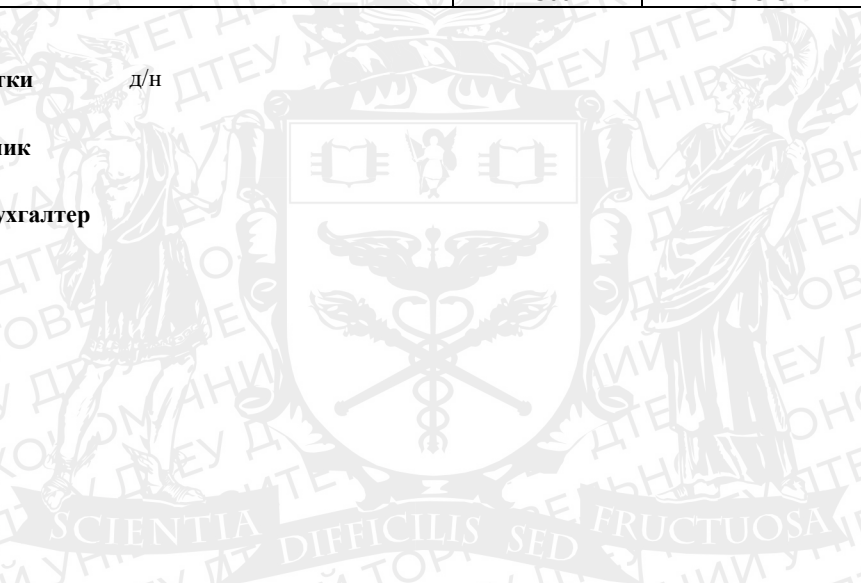
за товари, роботи, послуги	1615	107892	98429
за розрахунками з бюджетом	1620	31	2515
за у тому числі з податку на прибуток	1621	0	1020
за розрахунками зі страхування	1625	0	0
за розрахунками з оплати праці	1630	17	36
за одержаними авансами	1635	18	96
за розрахунками з учасниками	1640	0	0
із внутрішніх розрахунків	1645	0	0
за страховою діяльністю	1650	0	0
Поточні забезпечення	1660	467	5170
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	1980	1922
Усього за розділом III	1695	111030	108168
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0
Баланс	1900	197829	228746

Примітки

д/н

Керівник

Головний бухгалтер



Підприємство
Територія
Організаційно-
правова форма
господарювання
Вид економічної
діяльності

ТОВ «ТД РОСЬ І КО»

ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ
ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ

47.52 Роздрібна торгівля залізними
виробами, будівельними матеріалами та
санітарно-технічними виробами в
спеціалізованих магазинах

Дата(рік,
місяць,
число)
за ЄДРПОУ
за КОАТУУ
за КОПФГ
за КВЕД

КОДИ
2019 | 01 | 01

34603876

Адреса

04071, м.Київ, Подільський район,
ВУЛИЦЯ ВЕРХНІЙ ВАЛ, будинок 20

**Консолідований баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 01.01.2019 р.**

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи:	1000	732	5409
первісна вартість	1001	750	6376
накопичена амортизація	1002	18	967
Незавершені капітальні інвестиції	1005	10035	10629
Основні засоби:	1010	106699	117076
первісна вартість	1011	134711	156454
знос	1012	28012	39378
Інвестиційна нерухомість:	1015	0	0
первісна вартість	1016	0	0
знос	1017	0	0
Довгострокові біологічні активи:	1020	0	0
первісна вартість	1021	0	0
накопичена амортизація	1022	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0
інші фінансові інвестиції	1035	0	0
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	0	0
Гудвіл	1050	0	0
Гудвіл при консолідації	1055	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0
Інші необоротні активи	1090	1531	5684
Усього за розділом I	1095	118997	138798
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	9900	14591
Виробничі запаси	1101	9064	10584
Незавершене виробництво	1102	423	3592
Готова продукція	1103	413	415
Товари	1104	0	0
Поточні біологічні активи	1110	0	0
Депозити перестрахування	1115	0	0
Векселі одержані	1120	0	0

Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	49752	31171
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	0	3911
з бюджетом	1135	2437	1960
у тому числі з податку на прибуток	1136	0	0
з нарахованих доходів	1140	0	0
із внутрішніх розрахунків	1145	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	6789	2030
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	711	1676
Готівка	1166	0	0
Рахунки в банках	1167	711	1676
Витрати майбутніх періодів	1170	0	0
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0
у тому числі в:		0	0
резервах довгострокових зобов'язань	1181		
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0
Інші оборотні активи	1190	840	3693
Усього за розділом II	1195	70429	59031
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0
Баланс	1300	189426	197829

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	3260	3260
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0
Капітал у дооцінках	1405	1630	1630
Додатковий капітал	1410	40	40
Емісійний дохід	1411	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0
Резервний капітал	1415	643	643
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	82584	81226
Неоплачений капітал	1425	(0)	(0)
Вилучений капітал	1430	(0)	(0)
Інші резерви	1435	0	0
Неконтрольована частка	1490	0	0
Усього за розділом I	1495	88157	86799
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	37	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	0	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	0
Довгострокові забезпечення	1520	0	0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0
Страхові резерви, у тому числі:	1530	0	0
резерв довгострокових зобов'язань; (на початок звітного періоду)	1531	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат; (на початок звітного періоду)	1532	0	0
резерв незароблених премій; (на початок звітного періоду)	1533	0	0
інші страхові резерви; (на початок звітного періоду)	1534	0	0
Інвестиційні контракти;	1535	0	0
Призовий фонд	1540	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0
Усього за розділом II	1595	37	0
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	47519	625
Векселі видані	1605	0	0

Поточна кредиторська заборгованість: за довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	0
за товари, роботи, послуги	1615	50962	107892
за розрахунками з бюджетом	1620	1258	31
за у тому числі з податку на прибуток	1621	0	0
за розрахунками зі страхування	1625	0	0
за розрахунками з оплати праці	1630	16	17
за одержаними авансами	1635	0	18
за розрахунками з учасниками	1640	0	0
із внутрішніх розрахунків	1645	0	0
за страховою діяльністю	1650	0	0
Поточні забезпечення	1660	345	467
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	1132	1980
Усього за розділом III	1695	101232	111030
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0
Баланс	1900	189426	197829

Примітки

д/н

Керівник

Головний бухгалтер



Підприємство
Територія
Організаційно-
правова форма
господарювання
Вид економічної
діяльності

ТОВ «ТД РОСЬ І КО»

ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ
ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ

47.52 Роздрібна торгівля залізними
виробами, будівельними матеріалами та
санітарно-технічними виробами в
спеціалізованих магазинах

Дата(рік,
місяць,
число)
за ЄДРПОУ
за КОАТУУ
за КОПФГ
за КВЕД

КОДИ
2018 | 01 | 01

34603876

Адреса

04071, м.Київ, Подільський район,
ВУЛИЦЯ ВЕРХНІЙ ВАЛ, будинок 20

**Консолідований баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 01.01.2018 р.**

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи:	1000	0	732
первісна вартість	1001	0	750
накопичена амортизація	1002	0	18
Незавершені капітальні інвестиції	1005	34745	10035
Основні засоби:	1010	78663	106699
первісна вартість	1011	96549	134711
знос	1012	17886	28012
Інвестиційна нерухомість:	1015	0	0
первісна вартість	1016	0	0
знос	1017	0	0
Довгострокові біологічні активи:	1020	0	0
первісна вартість	1021	0	0
накопичена амортизація	1022	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0
інші фінансові інвестиції	1035	0	0
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	0	0
Гудвіл	1050	0	0
Гудвіл при консолідації	1055	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0
Інші необоротні активи	1090	1530	1531
Усього за розділом I	1095	114938	118997
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	12094	9900
Виробничі запаси	1101	10442	9064
Незавершене виробництво	1102	995	423
Готова продукція	1103	654	413
Товари	1104	3	0
Поточні біологічні активи	1110	0	0
Депозити перестрахування	1115	0	0
Векселі одержані	1120	0	0

Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	103516	49752
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	0	0
з бюджетом	1135	997	2437
у тому числі з податку на прибуток	1136	0	0
з нарахованих доходів	1140	0	0
із внутрішніх розрахунків	1145	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	2692	6789
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	1618	711
Готівка	1166	0	0
Рахунки в банках	1167	1618	711
Витрати майбутніх періодів	1170	0	0
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0
у тому числі в:		0	0
резервах довгострокових зобов'язань	1181		
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0
Інші оборотні активи	1190	150	840
Усього за розділом II	1195	121067	70429
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0
Баланс	1300	236005	189426

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	3260	3260
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0
Капітал у дооцінках	1405	1630	1630
Додатковий капітал	1410	40	40
Емісійний дохід	1411	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0
Резервний капітал	1415	643	643
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	54283	82584
Неоплачений капітал	1425	(0)	(0)
Вилучений капітал	1430	(0)	(0)
Інші резерви	1435	0	0
Неконтрольована частка	1490	0	0
Усього за розділом I	1495	59856	88157
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	53	37
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	0	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	0
Довгострокові забезпечення	1520	0	0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0
Страхові резерви, у тому числі:	1530	0	0
резерв довгострокових зобов'язань; (на початок звітного періоду)	1531	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат; (на початок звітного періоду)	1532	0	0
резерв незароблених премій; (на початок звітного періоду)	1533	0	0
інші страхові резерви; (на початок звітного періоду)	1534	0	0
Інвестиційні контракти;	1535	0	0
Призовий фонд	1540	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0
Усього за розділом II	1595	53	37
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	108750	47519
Векселі видані	1605	0	0

Поточна кредиторська заборгованість: за довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	0
за товари, роботи, послуги	1615	36247	50962
за розрахунками з бюджетом	1620	966	1258
за у тому числі з податку на прибуток	1621	0	0
за розрахунками зі страхування	1625	0	0
за розрахунками з оплати праці	1630	17	16
за одержаними авансами	1635	823	0
за розрахунками з учасниками	1640	0	0
із внутрішніх розрахунків	1645	0	0
за страховою діяльністю	1650	0	0
Поточні забезпечення	1660	29046	345
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	247	1132
Усього за розділом III	1695	176096	101232
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0
Баланс	1900	236005	189426

Примітки

д/н

Керівник

Головний бухгалтер



Підприємство	ТОВ «ТД РОСЬ І КО»	КОДИ	2021 01 01
Територія		Дата(рік, місяць, число)	
Організаційно-правова форма господарювання	ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ	за ЄДРПОУ	34603876
Вид економічної діяльності	47.52 Роздрібна торгівля залізними виробами, будівельними матеріалами та санітарно-технічними виробами в спеціалізованих магазинах	за КОАТУУ	
		за КОПФГ	
		за КВЕД	
Адреса	04071, м.Київ, Подільський район, ВУЛИЦЯ ВЕРХНІЙ ВАЛ, будинок 20		

**Консолідований звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за 12 місяців 2020 р.**

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	195741	159946
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестрахування	2012	0	0
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(157532)	(129457)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0
Валовий: прибуток	2090	38209	30489
Валовий: збиток	2095	(0)	(0)
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	12178	11203
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	(0)	(0)
Адміністративні витрати	2130	(8623)	(7090)
Витрати на збут	2150	(6944)	(6080)
Інші операційні витрати	2180	(23764)	(21028)
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	0

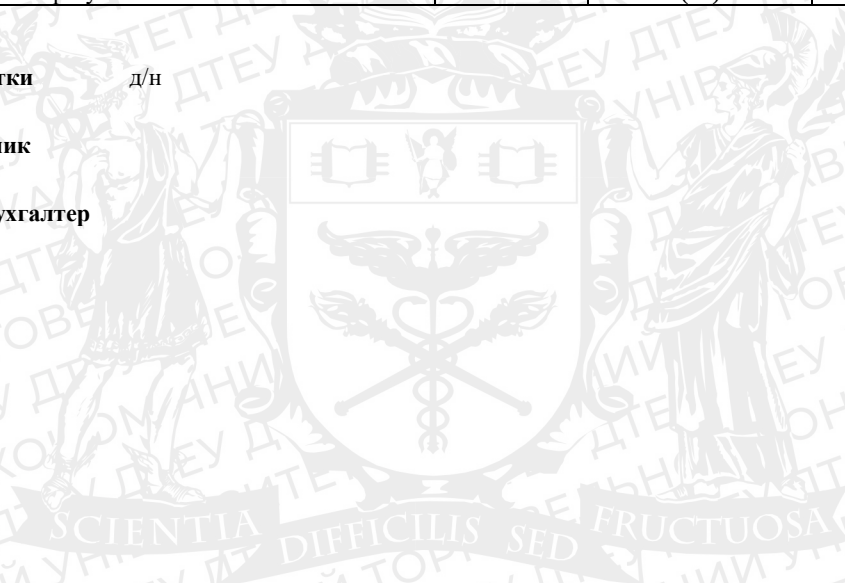
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	11056	7494
Фінансовий результат від операційної діяльності: збиток	2195	(0)	(0)
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	0	268
Інші доходи	2240	0	0
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	(2719)	(0)
Втрати від участі в капіталі	2255	(0)	(0)
Інші витрати	2270	(0)	(0)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	8337	7762
Фінансовий результат до оподаткування: збиток	2295	(0)	(0)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-1737	-1617
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	6600	6145
Чистий фінансовий результат: збиток	2355	(0)	(0)

Примітки

д/н

Керівник

Головний бухгалтер



Підприємство	ТОВ «ТД РОСЬ І КО»	Дата(рік, місяць, число)	КОДИ 2020 01 01
Територія		за ЄДРПОУ	34603876
Організаційно- правова форма	ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ	за КОАТУУ	
господарювання		за КОПФГ	
Вид економічної діяльності	47.52 Роздрібна торгівля залізними виробами, будівельними матеріалами та санітарно-технічними виробами в спеціалізованих магазинах	за КВЕД	
Адреса	04071, м.Київ, Подільський район, ВУЛИЦЯ ВЕРХНІЙ ВАЛ, будинок 20		

**Консолідований звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за 12 місяців 2019 р.**

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

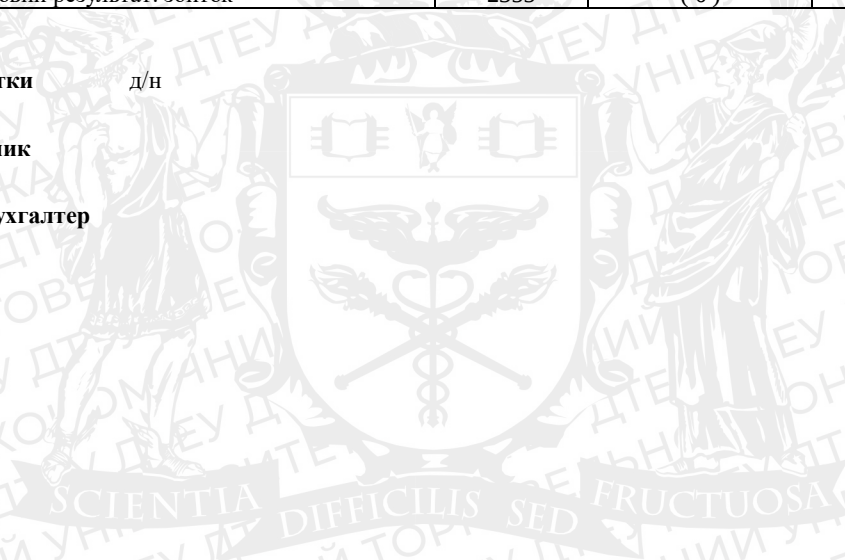
Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	159946	122814
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестрахування	2012	0	0
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(129457)	(91757)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0
Валовий: прибуток	2090	30489	31057
Валовий: збиток	2095	(0)	(0)
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	11203	22799
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	(0)	(0)
Адміністративні витрати	2130	(7090)	(5435)
Витрати на збут	2150	(6080)	(5140)
Інші операційні витрати	2180	(21028)	(21573)
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0
Витрат від первісного визнання біологічних активів і	2182	0	0

сільськогосподарської продукції			
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	7494	21708
Фінансовий результат від операційної діяльності: збиток	2195	(0)	(0)
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	268	0
Інші доходи	2240	0	0
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	(0)	(12030)
Втрати від участі в капіталі	2255	(0)	(0)
Інші витрати	2270	(0)	(2426)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	7762	7252
Фінансовий результат до оподаткування: збиток	2295	(0)	(0)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-1617	- 1511
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	6145	5741
Чистий фінансовий результат: збиток	2355	(0)	(0)

Примітки д/н

Керівник

Головний бухгалтер



Підприємство
Територія
Організаційно-
правова форма
господарювання
Вид економічної
діяльності

ТОВ «ТД РОСЬ І КО»
ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ
ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ

47.52 Роздрібна торгівля залізними
виробами, будівельними матеріалами та
санітарно-технічними виробами в
спеціалізованих магазинах

Дата(рік,
місяць,
число)
за ЄДРПОУ
за КОАТУУ
за КОПФ

КОДИ
2019 | 01 | 01

34603876

за КВЕД

Адреса

04071, м.Київ, Подільський район,
ВУЛИЦЯ ВЕРХНІЙ ВАЛ, будинок 20

**Консолідований звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за 12 місяців 2018 р.**

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	122814	132973
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестрахування	2012	0	0
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(91757)	(90722)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0
Валовий: прибуток	2090	31057	42251
Валовий: збиток	2095	(0)	(0)
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	22799	16296
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	(0)	(0)
Адміністративні витрати	2130	(5435)	(6065)
Витрати на збут	2150	(5140)	(3899)
Інші операційні витрати	2180	(21573)	(27132)
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	0
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	21708	21452

Фінансовий результат від операційної діяльності: збиток	2195	(0)	(0)
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	0	0
Інші доходи	2240	0	0
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	(12030)	(13105)
Втрати від участі в капіталі	2255	(0)	(0)
Інші витрати	2270	(2426)	(1235)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	7252	7112
Фінансовий результат до оподаткування: збиток	2295	(0)	(0)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	- 1511	-1310
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	5741	5802
Чистий фінансовий результат: збиток	2355	(0)	(0)

Примітки

д/н

Керівник

Головний бухгалтер



Підприємство	ТОВ «ТД РОСЬ І КО»	Дата(рік, місяць, число)	КОДИ 2018 01 01
Територія		за ЄДРПОУ	34603876
Організаційно- правова форма	ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ	за КОАТУУ	
господарювання		за КОПФГ	
Вид економічної діяльності	47.52 Роздрібна торгівля залізними виробами, будівельними матеріалами та санітарно-технічними виробами в спеціалізованих магазинах	за КВЕД	
Адреса	04071, м.Київ, Подільський район, ВУЛИЦЯ ВЕРХНІЙ ВАЛ, будинок 20		

**Консолідований звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за 12 місяців 2017 р.**

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	132973	117375
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестрахування	2012	0	0
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(90722)	(91720)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0
Валовий: прибуток	2090	42251	25655
Валовий: збиток	2095	(0)	(0)
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	16296	11184
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	(0)	(0)
Адміністративні витрати	2130	(6065)	(5890)
Витрати на збут	2150	(3899)	(3456)
Інші операційні витрати	2180	(27132)	(18911)
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0
Витрат від первісного визнання біологічних активів і	2182	0	0

сільськогосподарської продукції			
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	21452	8582
Фінансовий результат від операційної діяльності: збиток	2195	(0)	(0)
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	0	0
Інші доходи	2240	0	0
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	(13105)	(2137)
Втрати від участі в капіталі	2255	(0)	(0)
Інші витрати	2270	(1235)	(0)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	7112	6445
Фінансовий результат до оподаткування: збиток	2295	(0)	(0)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-1310	-1289
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	5802	5156
Чистий фінансовий результат: збиток	2355	(0)	(0)

Примітки д/н

Керівник

Головний бухгалтер

