

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу
Інститут економіки та менеджменту
Кафедра прикладної економіки

Семенишин Юлія Миколаївна

УДК 65.011.4: 330.3. 332.7

МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА

**Дослідження конкурентоспроможності підприємств будівельної
галузі та шляхи її підвищення (на прикладі ТОВ АППЕР
КОНСТРАКШН)**

Бізнес-економіка

(назва освітньої програми)

051 - Економіка

(шифр і назва спеціальності)

Семенишин Ю.М.

(підпис ініціали та прізвище здобувача освітнього ступеня)

Науковий керівник к.е.н., доц. Савко О. Я.

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

Допущено до захисту

Завідувач кафедри

Бережницька У.Б.

(підпис) (дата) (ініціали та прізвище)

Рецензент

Федорович І. В.

(підпис) (дата) (ініціали та прізвище)

Робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

Івано-Франківськ – 2025

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

Інститут Економіки і менеджменту

Кафедра прикладної економіки

Спеціальність 051 Економіка

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри _____

“ ___ ” _____ 20__ року

**ЗАВДАННЯ
НА МАГІСТЕРСЬКУ РОБОТУ**

Студенту _____

Семенишин Юлії Миколаївні

(прізвище, ім'я, по-батькові)

Тема магістерської роботи Дослідження конкурентоспроможності підприємств будівельної галузі та шляхи її підвищення (на прикладі ТОВ АППЕР КОНСТРАКШН)

1. Затверджена наказом ректора університету від “17” листопада 2025 р. № 723/7
2. Термін здачі студентом закінченої роботи 08 грудня 2025 р.
3. Вихідні дані роботи річна звітність ТОВ "АППЕР КОНСТРАКШН", ПП «ТерраПроф», сайти підприємств
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, що їх належить розробити)

Вступ

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ

Висновки

Список використаних джерел

Додатки

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)
рис. -1.1 Підходи до класифікації конкурентоспроможності підприємства; рис 1.2- Фактори конкурентоспроможності підприємств будівельної галузі; рис 1.3 - Приклад побудови діаграми конкурентоспроможності підприємства; рис 2.1 - Види послуг, які виконує ТОВ «АППЕР КОНСТРАКШН»; рис 2.2 - Аналіз техніко-економічних показників діяльності ТОВ «АППЕР КОНСТРАКШН» за 2022-2024 роки; рис 2.3-Лінійна пряма тренду для прогнозування чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) ТОВ «АППЕР КОНСТРАКШН»; рис 2.4 - Степенева пряма тренду для прогнозування чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) ТОВ «АППЕР КОНСТРАКШН»; рис 2.5 - Поліноміальна пряма тренду для прогнозування чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) ТОВ «АППЕР КОНСТРАКШН»; рис 2.6 - Аналіз техніко-економічних показників діяльності ПП «ТерраПроф» за 2020-2024 роки; рис 2.7- Значення показників для оцінки рівня конкурентоспроможності будівельних

підприємств залежно від критерію; рис 2.8 - Багатокутник конкурентоспроможності будівельних підприємств; 3.1 - Етапи стратегічного управління конкурентоспроможністю будівельних підприємств.

6. Дата видачі завдання 14.10.2024 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

Номер і назва етапів дипломної роботи	Термін виконання етапів магістерської роботи	Примітка
ВСТУП	05.12.2025	виконано
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	30.10.2025	виконано
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ	27.11.2025	виконано
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ	01.12.2025	виконано
ВИСНОВКИ	05.12.2025	виконано

Студент _____
(підпис)

Семенишин Ю.М.
(розшифровка підпису)

Керівник роботи _____
(підпис)

Савко О. Я.
(розшифровка підпису)

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	10
1.1. Сутність та складові конкурентоспроможності підприємства	10
1.2 Фактори впливу на конкурентоспроможність підприємства.....	16
1.3. Методи аналізу конкурентоспроможності підприємства.....	23
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ.....	34
2.1. Загальна характеристика діяльності ТОВ «АППЕР КОНСТРАКШН.....	34
2.2. Діагностика зовнішнього і внутрішнього середовища підприємств будівельних галузі.....	40
2.3 Аналіз основних техніко-економічних показників діяльності ТОВ «АППЕР КОНСТРАКШН» та ПП «ТерраПроф»	50
2.4 Аналіз та оцінка конкурентоспроможності підприємств будівельної галузі.....	58
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ	67
3.1. Стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємств будівельної галузі	67
3.2 Напрями підвищення конкурентоспроможності ТОВ «АППЕР КОНСТРАКШН».....	72
3.3 Обґрунтування доцільності впровадження заходів та розрахунок їх впливу на основні показники ТОВ «АППЕР КОНСТРАКШН»	76
ВИСНОВКИ.....	84
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	87
ДОДАТКИ.....	94

					МР.ЕКМ-22.00.00.000.ПЗ			
Змн.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата				
Розроб.	Семенишин Ю.М.				Дослідження конкурентоспроможності підприємств будівельної галузі та шляхи її підвищення (на прикладі ТОВ АППЕР КОНСТРАКШН)	Літ.	Арк.	Акрушів
Перевір.	Савко О.Я.							115
Рецензент	Федорович І.В.					ІФНТУНГ, ЕКМ-24-1		
Н. контр.	Федорович І.В.							
Затверд.	БережницькаУ.Б							

РЕФЕРАТ

У магістерській роботі здійснено дослідження конкурентоспроможності підприємств будівельної галузі та виокремлено шляхи її підвищення.

Метою роботи є дослідження конкурентоспроможності підприємств будівельної галузі і на цій основі формування шляхів її підвищення.

Для досягнення мети в роботі сформовано такі завдання:

- проаналізувати сутність, особливості та теоретичні підходи до визначення конкурентоспроможності підприємства;
- визначити фактори впливу на конкурентоспроможність підприємства;
- дослідити методи аналізу конкурентоспроможності підприємства;
- проаналізувати діяльність підприємств будівельної галузі, зокрема ТОВ «АПЕР КОНСТРАКШН» та ПП «ТерраПроф» ;
- провести оцінку конкурентоспроможності підприємств будівельної галузі;
- виокремити шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємств будівельної галузі.

У процесі дослідження застосовано такі методи: аналізу і синтезу; структурно-логічний аналіз; трендовий аналіз; експертні методи; порівняльний аналіз; графічні методи ; матричні методи (SWOT, PESTLE-аналіз); узагальнення.

Отримані результати у процесі дослідження можуть бути використані при удосконаленні бізнес-процесів підприємств будівельної галузі щодо підсилення конкурентних позицій та формуванні шляхів підвищення їх конкурентоспроможності.

Ключові слова: конкурентоспроможність підприємства, будівельна галузь, послуги, методи дослідження, будівельні компанії.

ABSTRACT

In this master's thesis, a study of the competitiveness of construction industry enterprises has been carried out, and key ways to enhance it have been identified. The purpose of the research is to analyze the competitiveness of construction enterprises and, based on the results, to develop approaches for its improvement.

To achieve this goal, the following tasks were formulated:

- to analyze the essence, features, and theoretical approaches to defining enterprise competitiveness;
- to identify the factors influencing the competitiveness of an enterprise;
- to examine methods for analyzing enterprise competitiveness;
- to analyze the activities of enterprises in the construction industry, particularly LLC "APPER CONSTRUCTION" and Private Company "TerraProf";
- to evaluate the competitiveness of construction enterprises;
- to outline the main ways to improve the competitiveness of construction industry enterprises.

In the course of the research, the following methods were applied: analysis and synthesis; structural-logical analysis; trend analysis; expert methods; comparative analysis; graphical methods; matrix methods (SWOT, PESTLE analysis); generalization.

The results obtained in the study may be used to improve business processes of construction enterprises aimed at strengthening their competitive positions and developing strategies for enhancing their competitiveness.

Keywords: enterprise competitiveness, construction industry, services, research methods, construction companies.

ВСТУП

Сучасні умови господарювання в Україні характеризуються високим рівнем невизначеності, загостренням конкуренції та прискоренням темпів технологічних змін. У таких умовах питання формування та підвищення конкурентоспроможності підприємств набуває особливої актуальності, оскільки саме здатність ефективно адаптуватися до викликів ринку, раціонально використовувати ресурси й формувати стійкі конкурентні переваги визначає перспективи розвитку суб'єктів господарювання.

Підприємства будівельної галузі функціонують у специфічному ринковому середовищі, що визначається індивідуальністю будівельних об'єктів, високою матеріало- та трудомісткістю виробництва, залежністю від природно-кліматичних умов. Додатковими викликами є інфляційні процеси, зростання вартості ресурсів, посилення конкуренції з боку великих будівельних компаній та необхідність упровадження інноваційних технологій. У сукупності ці фактори обумовлюють потребу в детальному дослідженні чинників формування конкурентоспроможності та пошуку дієвих шляхів її підвищення.

Дослідженню питань конкурентоспроможності підприємства, факторів, підходів, методів її аналізу приділено увагу такими науковцями, як: Барабась Д. О., Березіна Л.М, Вараксіна О.В., Дуброва О. С., Єрмак А. В., Злидень І. М., Клименко С. М., Кузьмін О. Є., Омеляненко Т. В., Олійник А.С., Осипов В. М., Рак А.Г., Романко О.П., Шарко В. В., Фатхутдінов, І. З. та багато інших. Серед дослідників, які вивчали конкурентоспроможність підприємств будівельної галузі такі: Гудима Л.О., Кісельов І. Р., Криворученко А.В., Куклінова Т.В., Метошоп І.М., Россіхіна О.Є., Федорович І.В., Щербініна С.А.

Об'єкт дослідження у роботі є процеси формування та забезпечення конкурентоспроможності підприємств будівельної галузі.

Предмет дослідження є теоретичні, методичні та прикладні засади оцінювання конкурентоспроможності та шляхи її підвищення на підприємствах будівельної галузі.

Метою роботи є дослідження конкурентоспроможності підприємств будівельної галузі і на цій основі формування шляхів її підвищення.

Для досягнення мети в роботі сформовано такі завдання:

- проаналізувати сутність, особливості та теоретичні підходи до визначення конкурентоспроможності підприємства;
- визначити фактори впливу на конкурентоспроможність підприємства;
- дослідити методи аналізу конкурентоспроможності підприємства;
- проаналізувати діяльність підприємств будівельної галузі, зокрема ТОВ «АПЕР КОНСТРАКШН» та ПП «ТерраПроф» ;
- провести оцінку конкурентоспроможності підприємств будівельної галузі;
- виокремити шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємств будівельної галузі.

У процесі дослідження застосовано такі методи: аналізу і синтезу - для узагальнення теоретичних положень та понятійного апарату; структурно-логічний аналіз - для виокремлення факторів впливу на діяльність підприємств будівельної галузі; трендовий аналіз – для прогнозування чистого доходу від реалізації товарів, робіт послуг; експертні методи - для визначення якісних характеристик конкурентних переваг; порівняльний аналіз - для зіставлення конкурентних позицій підприємств; графічні методи - для візуалізації отриманих результатів; матричні методи (SWOT, PESTLE-аналіз) - для оцінювання стратегічної позиції підприємств на ринку; узагальнення – для формування проміжних та кінцевих висновків до роботи.

Інформаційною основою дослідження є: фінансова звітність підприємств, аналітичні матеріали будівельних компаній на офіційних сайтах, наукові публікації вітчизняних авторів.

Наукова новизна отриманих результатів полягає в поглибленні теоретико-методичних засад застосування інтегрального показника оцінювання конкурентоспроможності з урахуванням та адаптацією до специфіки діяльності підприємств будівельної галузі, з врахування факторів зовнішнього й внутрішнього середовища, притаманних саме будівельній сфері. Це забезпечило можливість здійснити комплексний аналіз конкурентних переваг будівельних підприємств та визначити стратегічні напрями підвищення їх конкурентоспроможності.

Основні положення викладені у магістерській роботі представлені на Міжнародній науково-практичній конференції «Наука, освіта, економіка та суспільство: адаптація до викликів XXI століття», Сан-Франциско, 6 грудня 2025 року.

Магістерська робота складається із трьох розділів, вступу, висновків, переліку посилань на джерела та додатків.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

1.1 Сутність та складові конкурентоспроможності підприємства

Конкуренція є ключовим фактором розвитку ринкової економіки, оскільки вона стимулює суб'єкти господарювання постійно вдосконалювати свою діяльність, підвищувати ефективність і шукати нові способи досягнення переваг над суперниками. Показником цього успіху є конкурентоспроможність, яка відображає здатність підприємства утримувати та зміцнювати свої позиції як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Конкурентоспроможність - це здатність до суперництва як на національному, так і на міжнародному ринках. Під конкурентоспроможністю підприємства розуміють уміння ефективно використовувати власні та залучені ресурси в умовах ринкового суперництва, що є наслідком наявності у нього певних конкурентних переваг у вирішенні різноманітних завдань.

Конкурентоспроможність підприємства це його здатність виготовляти й реалізовувати продукцію швидко високої якості та в достатньому обсязі, забезпечуючи належний технологічний рівень обслуговування. Воно має можливість раціонально управляти своїми ресурсами, зберігаючи ефективність діяльності в умовах ринкової конкуренції.

Конкурентоспроможність, це багатогранне питання, яке широко висвітлюється в сучасній науковій літературі і налічує значну кількість публікацій, що свідчить про актуальність та затребуваність.

Кузьмін О. Є. Горбаль Н.І. визначає конкурентоспроможність підприємства, як здатність здобувати та утримувати переваги над іншими суб'єктами господарювання на певному ринку [1].

Осинов В.М. конкурентоспроможність підприємства пропонує визначати як властивість об'єкта, яка відображає його здатність фактично або потенційно задовольняти певну потребу конкретного ринку [2].

Злидень І.М. характеризує конкурентоспроможність підприємства, як його здатність отримувати синергійний ефект завдяки раціональному використанню своїх конкурентних переваг [3].

Група науковців [4] під конкурентоспроможністю пропонують розуміти діяльність підприємства, яке здатне тривалий період зберігати прибутковість в умовах ринкової економіки.

Зокрема, Єрмак А.В. виокремлює Конкурентоспроможність підприємства, як його здатність функціонувати та розвиватися відповідно до визначених стратегічних цілей, конкуруючи своєю продукцією з іншими учасниками ринку, що пропонують товари схожого призначення. Вона передбачає можливість задовольняти потреби конкретної групи споживачів у певний проміжок часу за наявного рівня впливу факторів зовнішнього середовища [5].

Усі наведені вище визначення поняття «конкурентоспроможність підприємства» відрізняються між собою залежно від того, з якої позиції той чи інший науковець розглядає це явище. Розбіжності та різноманітність авторських підходів можуть бути зумовлені кількома чинниками:

- різними масштабами аналізу конкурентоспроможності - на регіональному, національному чи міжнародному рівнях (підприємство, галузь, країна);
- підміною одного поняття іншим (наприклад, конкурентний статус або конкурентний рівень);
- ототожненням конкурентоспроможності підприємства з конкурентоспроможністю його продукції чи послуг.

Аналізуючи сутність конкурентоспроможності підприємства, можна зазначити, що вона визначається наявністю у виробника економічних, технічних та організаційних переваг. Саме ці переваги дають йому можливість оновлювати асортимент продукції, підвищувати її якість, розширювати масштаби виробництва, утримувати певну частку ринку, отримувати високі доходи та досягати інших стратегічних цілей.

Незважаючи на різні підходи до визначення сутності цього поняття, дослідники підкреслюють його порівняльний та часовий (динамічний) характер [5-6].

Порівняльний характер свідчить, що конкурентоспроможність не є внутрішньою властивістю окремого об'єкта. Вона проявляється лише під час зіставлення з аналогічними об'єктами. Її рівень можна оцінити шляхом порівняння ключових показників діяльності підприємств, результатом чого є визначення ступеня їх конкурентоспроможності.

Часовий (динамічний) характер означає, що рівень конкурентоспроможності, досягнутий у певний момент часу, не може розглядатися як довготривала характеристика ринкової позиції підприємства. Навіть за високої ефективності діяльності цей рівень може змінюватися під впливом дій конкурентів, їх активності та реалізації стратегічних рішень, що здатні призвести до втрати позицій і зниження конкурентоспроможності.

Для узагальнення поняття «конкурентоспроможність» та визначення відмінностей у підходах до трактування конкурентоспроможності підприємства виокремлено класифікацію відповідних підходів (рис. 1.1).



Рисунок 1.1 – Підходи до класифікації конкурентоспроможності підприємства [7]

Доцільність класифікації конкурентоспроможності обумовлена низкою важливих факторів [7-9]:

Усвідомлення складності поняття «конкурентоспроможність». Конкурентоспроможність є комплексною, багатовимірною категорією, що охоплює економічну ефективність, якість продукції, рівень інноваційності, позиції на ринку та інші показники. Класифікація дає можливість розкрити ці складові та глибше зрозуміти сутність і структуру конкурентоспроможності.

Можливість проведення порівняльного аналізу. Використання класифікації дозволяє зіставляти рівень конкурентоспроможності різних суб'єктів - країн, секторів економіки, підприємств - та визначати їхні сильні й слабкі сторони. Це створює основу для формування ефективних стратегій підвищення конкурентоспроможності на основі аналізу подібних об'єктів.

Визначення пріоритетних напрямів розвитку. Класифікація сприяє виокремленню ключових напрямків удосконалення конкурентоспроможності. Оцінювання її рівня за різними складовими дозволяє ідентифікувати основні проблеми та потенційні можливості для подальшого розвитку.

Ефективне управління конкурентоспроможністю. Чітке структурування аспектів конкурентоспроможності допомагає встановлювати відповідні метрики та стандарти для її оцінювання, а також розробляти цілеспрямовані стратегії та заходи щодо підвищення конкурентних позицій підприємства чи іншого економічного суб'єкта.

На нашу думку, конкурентоспроможність підприємства передусім полягає у його здатності формувати й утримувати конкурентні переваги як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Ці переваги виникають у різних сферах діяльності підприємства - організаційній, інноваційній, фінансовій, технологічній, маркетинговій та інших - і відображають певну відмінність підприємства від його конкурентів.

У сучасних умовах конкуренції вже недостатньо володіти перевагою лише в одній сфері управління, щоб забезпечити високий рівень

конкурентоспроможності. Тому підприємствам необхідно комплексно працювати над формуванням конкурентних переваг у всіх напрямках своєї діяльності.

Важливою особливістю є те, що конкурентоспроможність має багаторівневий характер і потребує аналізу факторів, які впливають на кожному з цих рівнів. Такий підхід дає змогу чітко визначити сильні та слабкі сторони суб'єкта аналізу й сформувані ефективні стратегії підвищення конкурентоспроможності на відповідному рівні [7;9]:

Рівень конкурентоспроможності продукту. Визначається його здатністю конкурувати на ринку з аналогічними товарами та задовольняти потреби споживачів. Оцінювання конкурентоспроможності продукції зазвичай ґрунтується на таких критеріях, як якість, ціна, інноваційність, технічні характеристики, дизайн тощо.

Рівень конкурентоспроможності підприємства. На цьому рівні оцінюються конкурентні переваги окремого підприємства, його досвід, ефективність управління, ринкова позиція, результативність використання ресурсів, здатність до інновацій та швидкість адаптації до змін зовнішнього середовища.

Рівень конкурентоспроможності галузей, секторів або груп підприємств. Досліджуються специфічні чинники конкурентоспроможності певної галузі, зокрема продуктивність, якість виготовленої продукції, ступінь інноваційності, наявність технологічних та організаційних переваг, інтенсивність конкуренції в межах галузі.

Рівень конкурентоспроможності країни або регіону. Відображає здатність національної економіки залучати інвестиції, розвивати промисловість, формувати експортний потенціал, підвищувати туристичну привабливість тощо. На макrorівні аналізуються такі показники, як ВВП на душу населення, рівень зайнятості та безробіття, обсяги експорту, ступінь інноваційності економіки, інвестиційний клімат та інші макроекономічні індикатори.

Сутність конкурентоспроможності підприємства найбільш повно розкривається через такі ключові характеристики:

Сукупність властивостей, ресурсів і цінностей, якими володіє підприємство та які забезпечують йому перевагу над конкурентами.

Здатність ефективно розподіляти та використовувати ресурси, що дозволяє підприємству формувати більш стійкі та тривалі позиції на ринку порівняно з іншими суб'єктами господарювання.

Уміння результативно керувати процесами формування та розвитку якісних і кількісних характеристик продукції, завдяки чому вона набуває більшої цінності для споживачів, ніж аналогічні товари конкурентів.

Значну увагу в науковій літературі приділяють складовим конкурентоспроможності адже вони встановлюють досягнутий рівень [10].

Ключовими складовими конкурентоспроможності підприємства є:

Виробництво. Визначальне значення мають номенклатура й асортимент продукції, її якість, рівень технологій, масштаби виробництва, забезпеченість підприємства основними видами ресурсів, їх якість, а також гнучкість виробничих процесів.

Маркетинг. Центральну роль відіграють дослідження та прогнозування ринку, ефективність системи просування та збуту продукції, політика ціноутворення, рекламна діяльність і рівень обслуговування споживачів.

Фінанси. Ключовими є показники ліквідності, ділової активності, рентабельності, платоспроможності, здатність залучати зовнішні фінансові ресурси, ефективно інвестувати кошти та підтримувати належний фінансовий стан підприємства.

Інновації. Важливими є виконання науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт (НДДКР), використання зовнішніх інноваційних результатів, ступінь оновлення продукції й технологій, а також рівень застосування інформаційних технологій.

Кадрові та організаційно-культурні аспекти. Основне значення має кількісний і якісний склад персоналу, тип лідерства, система цінностей організації, ефективність комунікацій і внутрішніх процедур.

Управління. Важливими є тип, гнучкість і раціональність організаційної структури управління, стиль і методи менеджменту, адаптивні можливості підприємства, його гнучкість та здатність підтримувати стабільність у змінному середовищі.

Конкурентоспроможність підприємства формується під впливом сукупності внутрішніх складових, серед яких провідну роль відіграють виробничі, маркетингові, фінансові, інноваційні, кадрові та управлінські аспекти. Лише комплексний та збалансований розвиток кожної з цих сфер дає змогу підприємству створювати й підтримувати стійкі конкурентні переваги. У сучасних умовах динамічного ринкового середовища конкурентоспроможність не може забезпечуватися за рахунок одного окремого чинника - вона потребує системного підходу, постійного вдосконалення ресурсного потенціалу та здатності підприємства швидко адаптуватися до змін зовнішнього середовища.

1.2 Фактори впливу на конкурентоспроможність підприємства

Для забезпечення конкурентоспроможності підприємство повинно досягати високої виробничої ефективності завдяки технологічному оснащенню, кваліфікації персоналу та сучасним системам управління.

Важливими умовами виступають:

- узгоджений розвиток техніки, технології, економіки та менеджменту;
- застосування сучасних методів стратегічного аналізу й планування (зокрема, теорії прийняття рішень);
- формування цілісної системи управління конкурентоспроможністю.

У процесі оцінювання конкурентоспроможності необхідно аналізувати фактори, які впливають на діяльність підприємства. Вони поділяються на зовнішні та внутрішні.

Зовнішні фактори охоплюють умови функціонування підприємства у глобальному середовищі: державну політику, правову систему, економічну ситуацію, рівень монополізації, стан ресурсного потенціалу країни, параметри товарних ринків, інфраструктуру та соціально-економічні умови [11-14]. Їх характеристика наведена у таблиці 1.1

Таблиця 1.1 – Складові зовнішнього середовища та їх характеристика

Складові зовнішнього середовища	Характеристика
Державна політика	Визначає стратегічні напрями розвитку економіки, умови інтеграції у світове господарство, рівень підтримки бізнесу, стабільність політичних рішень.
Правове середовище	Наявність чіткої, узгодженої законодавчої бази; ефективність правозастосування; включає сертифікаційні норми, стандарти, податкове законодавство, захист прав власності.
Економічні умови	Характеризують загальний стан національної економіки (інфляція, ВВП, рівень зайнятості), інвестиційний клімат, податкову систему, рівень доходів населення.
Монополізація економіки	Ступінь концентрації ринку, кількість природних монополій, ефективність діяльності антимонопольних органів; визначає рівень реальної конкуренції.
Ресурсний потенціал країни	Забезпеченість природними ресурсами, доступ до сировини, рівень екологічних обмежень, якість та вартість ресурсів.
Товарні ринки	Включають структуру ринку, місткість галузі, вимоги споживачів, рівень стандартизації та сертифікації, конкуренцію серед виробників.
Ринкова інфраструктура	Розвиненість транспортних мереж, банківської та страхової систем, інформаційних комунікацій, логістичних і посередницьких послуг.
Соціальні умови	Рівень безробіття, міграційні процеси, кваліфікація робочої сили, середня заробітна плата, соціальні стандарти життя, демографічна ситуація.

Аналіз впливу зовнішнього середовища здійснюється за допомогою стандартних інструментів стратегічного менеджменту: діагностики змін, оцінювання загроз і можливостей, аналізу конкурентів, SWOT- та PEST-

аналізу [14]. Такий підхід дозволяє своєчасно реагувати на зміни, передбачати ризики та формувати плани дій на випадок непередбачуваних обставин.

Внутрішні фактори є контрольованими і пов'язані з ресурсним потенціалом, маркетинговою діяльністю, фінансовими можливостями, системою обліку, постачанням, логістикою, організаційною структурою та іншими елементами внутрішнього середовища підприємства. Вони узагальнені в таблиці 1.2 [12-14].

Таблиця 1.2- Складові внутрішнього середовища та їх характеристика

Складові внутрішнього середовища	Характеристика
Ресурсний потенціал	Основні засоби, технології, сировина, інтелектуальні ресурси, людський капітал; визначає можливості виробництва та зростання.
Маркетингові дослідження	Вивчення споживачів, ринку, конкурентів; прогнозування попиту; формування маркетингових стратегій, позиціонування товару.
Фінансові можливості	Ліквідність, платоспроможність, наявність власного капіталу, доступ до кредитування, інвестиційні можливості, фінансова стабільність.
Система обліку	Забезпечує контроль за витратами, запасами та виробничими процесами; формує достовірні дані для управлінських рішень.
Система постачання	Надійність постачальників, ритмічність і своєчасність поставок, можливість швидкої зміни джерел постачання, ефективність управління запасами.
Логістика та збут	Ефективність каналів розподілу, транспортні та складські операції, рівень витрат на збут, розгалуженість збутової мережі.
Інформаційні ресурси	Наявність та якість баз даних, сучасні інформаційні системи, цифрові технології, системи підтримки прийняття рішень.
Організаційна структура	Гнучкість, оперативність управління, рівень централізації, ефективність контролю та комунікацій, відповідність стратегії підприємства.
Місцезнаходження підприємства	Наближеність до постачальників і споживачів, транспортна доступність, рівень витрат на логістику, інфраструктурні переваги.

Аналізуючи внутрішні та зовнішні чинники, можна дійти висновку, що в реальному секторі української економіки рівень конкурентоспроможності

підприємств залишається низьким. Це зумовлено сукупністю ендогенних та екзогенних причин [15].

До внутрішніх (ендогенних) належать: низький рівень управлінської культури, орієнтація на застарілі моделі господарювання, відсутність стратегій розвитку, висока енерго- та матеріалоемність виробничих процесів.

До зовнішніх (екзогенних) причин віднесено: технологічне відставання, слабкий ринок інновацій, низький рівень конкуренції, значні адміністративні бар'єри входу на ринок та недосконалість державних інституцій [14-16].

Важливим фактором є також надмірна зарегульованість бізнес-середовища, що створює можливості для монопольних зловживань і знижує стимули до модернізації виробництва [16]. У результаті деякі підприємства зберігають конкурентні позиції лише завдяки низькій собівартості, субсидіям та монопольному статусу, а не завдяки реальним конкурентним перевагам.

Слід відмітити, що специфіка діяльності суб'єкта господарювання може впливати і на формування компонентів - факторів зовнішнього та внутрішнього середовища.

Зокрема, для підприємств будівельної галузі одною із ключових особливостей діяльності є нерухомість будівельних об'єктів, що суттєво відрізняє її від інших видів економічної діяльності. Неможливість переміщення об'єкта, його статичність, потреба у створенні спеціальних умов для виконання робіт (майданчики, зони відпочинку) та у використанні й транспортуванні спеціальної техніки підвищують загальну вартість будівництва.

Важливою властивістю галузі є індивідуальний характер об'єктів, адже кожна будівля створюється за унікальним архітектурним проектом. Це вимагає додаткової участі спеціалістів різних напрямів і, відповідно, збільшує загальні витрати на будівництво.

Процес спорудження будівель значною мірою базується на живій праці робітників - виконуються зварювальні роботи, кладка, монтажні операції, встановлення віконних і дверних конструкцій тощо. Через це необхідним є

залучення великої кількості висококваліфікованого персоналу, що потребує відповідного рівня оплати праці.

Ще однією характерною рисою будівельної сфери є її матеріаломісткість. Для створення об'єктів потрібно значні обсяги будівельних матеріалів, обладнання, машин, а також електроенергії, що підтверджує складність процесу реалізації будівельних робіт [17, с. 98–99].

Орієнтація на споживачів передбачає врахування платоспроможності населення, для якого зводиться житло, а також його потреб та уподобань. Формування кінцевої ціни продукції залежить від різних сегментів споживачів. Крім того, споживачі дедалі частіше віддають перевагу реконструкції наявних об'єктів замість придбання нових, що також впливає на ринкову ситуацію.

Ціноутворення в галузі має свої особливості, зокрема високу залежність вартості будівельних об'єктів від рівня інфляції, що суттєво впливає на купівельну спроможність та кінцеву ціну нерухомості.

Сучасна будівельна промисловість активно впроваджує системи контролю якості будівельних матеріалів, конструкцій та робіт. Це сприяє зростанню рівня екологічності кінцевої продукції та підвищенню стандартів будівництва.

Характерні риси будівельної галузі проявляються також у специфіці виробничого процесу.

Однією з основних особливостей є те, що кінцевий продукт будівництва залишається нерухомим, тоді як працівники та спеціалізована техніка переміщуються між різними об'єктами. Це підвищує загальну собівартість робіт і зумовлює унікальність технологічних процесів у будівельній сфері.

Діяльність працівників будівельних підприємств значною мірою залежить від природно-кліматичних умов. Будівельні роботи виконуються значно ефективніше за сприятливої погоди — навесні та влітку, тоді як зимові умови ускладнюють дотримання технологічних норм. Температура,

опади та інші погодні фактори впливають на швидкість і якість виконання робіт, що зрештою відображається на їх вартості.

Довготривалість виробничого циклу у будівництві ускладнює точне планування витрат. Передбачити майбутню ціну будівельних матеріалів, рівень оплати праці чи інфляційні коливання досить складно, що робить прогнозування витрат на весь період реалізації об'єкта проблематичним.

Залучення інших організацій до виконання окремих етапів робіт підвищує вартість будівництва й одночасно збільшує рівень непередбачуваності процесу. Сторонні виконавці не завжди гарантують своєчасне та якісне виконання зобов'язань, однак відповідальність перед замовником у будь-якому разі несе головна будівельна компанія.

Важливою специфічною рисою галузі є можливість вибору різних варіантів управлінських, організаційних і технологічних рішень. Така багатоваріантність дає змогу оптимізувати процеси та скорочувати деякі витрати підприємства [18, с. 11–12].

З огляду на специфіку будівельної галузі, можна виокремити низку факторів, що формують конкурентоспроможність будівельних підприємств. Розуміння цих факторів дає змогу ефективніше орієнтуватися на ринку та зміцнювати свої конкурентні позиції. Для цього проаналізуємо класифікації факторів конкурентоспроможності будівельних підприємств, запропоновані різними науковцями (рис . 1.2).

Зокрема, Куклінова Т.В пропонує поділ зовнішніх факторів конкурентоспроможності будівельних підприємств на такі елементи: несприятливий правовий клімат; слабкі механізми правового захисту інвесторів; зростання корупції; бюрократичні затримки під час введення об'єктів в експлуатацію; часті зміни керівництва в міністерствах та органах контролю; складність доступу підприємств до кредитних ресурсів. Натомість до внутрішніх факторів авторка відносить зміни у продукції, необхідність забезпечення високої якості будівельної продукції та дотримання встановлених строків будівництва [20, с. 140].

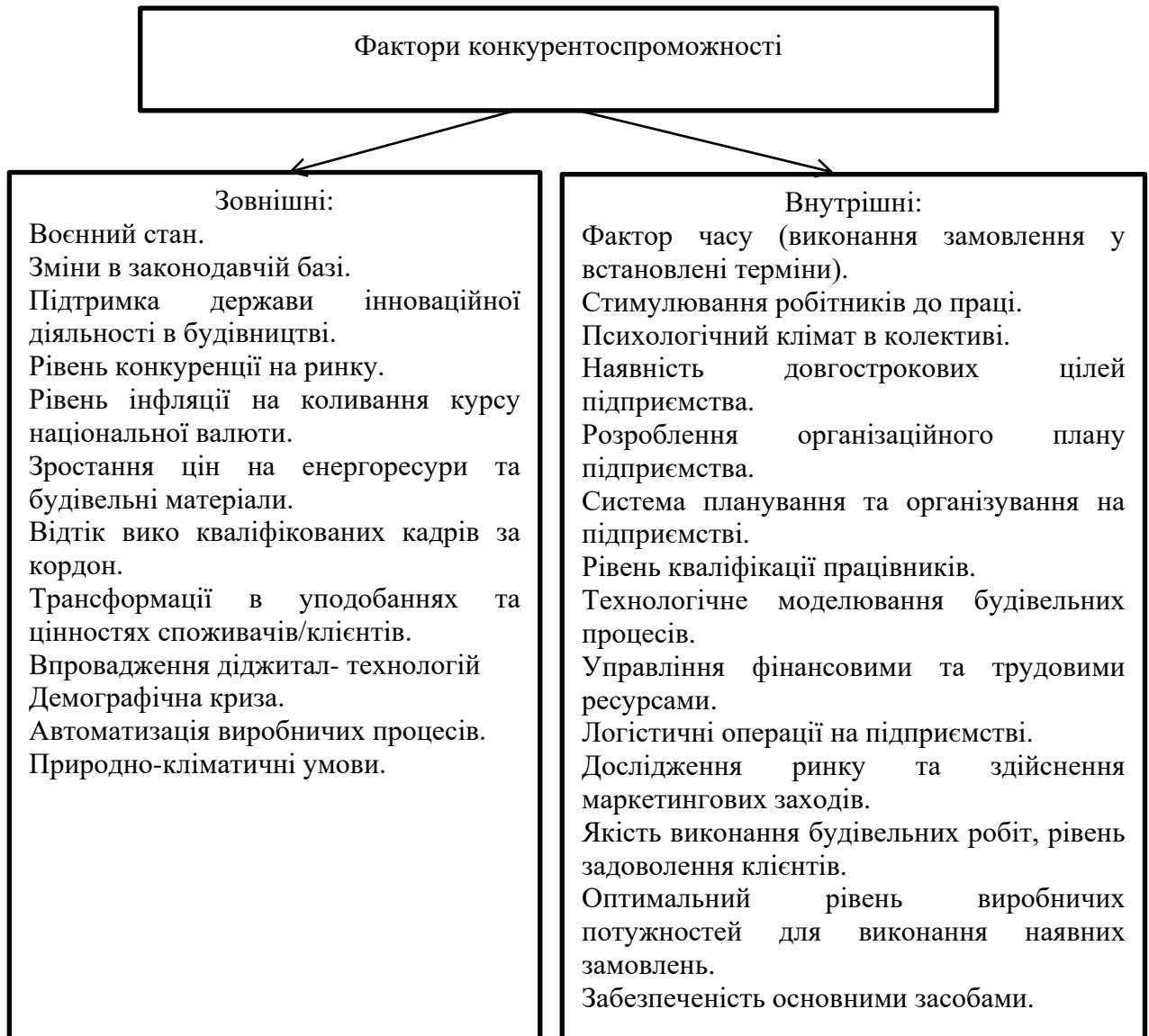


Рисунок 1.2 – Фактори конкурентоспроможності підприємств будівельної галузі [19, с.94]

Узагальнюючи результати аналізу, можна дійти висновку, що за різними класифікаціями переважають саме зовнішні фактори, на які підприємства не можуть впливати безпосередньо та можуть лише адаптуватися до їх дії. Зокрема, складність становить недосконалість правового поля, недостатня захищеність інвесторів (зокрема громадян, які купують квартири на етапі будівництва), а також відсутність єдиного реєстру таких об'єктів. Хоча підприємства не здатні змінити правову систему власними силами, вони можуть ініціювати пропозиції до Кабінету Міністрів України щодо розроблення відповідних законопроектів.

Соціально-політичні та соціально-демографічні умови на сьогодні також є несприятливими, що не залежить від діяльності будівельних компаній. Економічна нестабільність, зниження рівня зайнятості, інфляційні процеси спонукають будівельні підприємства до різних реакцій - збільшення обсягів будівництва, підвищення цін або навіть припинення діяльності.

Слід підкреслити, що хоча більшість авторів поділяють фактори на внутрішні та зовнішні, їх зміст у різних дослідників може відрізнятись. Так, О.Є. Россіхіна до внутрішніх факторів відносить виробничий, інноваційний і фінансовий потенціал; ціну та якість продукції; сервіс, рекламу, імідж компанії; конкурентоспроможність продукції або послуг; витрати на експлуатацію та споживання продукції. Зовнішніми ж вона вважає кон'юнктуру ринку, конкурентне середовище, нормативно-правові вимоги та стандарти [21, с. 160].

У дослідженні С. А. Щербініної також визначено структуру зовнішніх і внутрішніх факторів конкурентоспроможності будівельних підприємств, що згруповані за принципом однорідності. Авторка наголошує, що успішна реалізація стратегічних рішень щодо підвищення конкурентоспроможності неможлива без урахування зовнішніх соціально-економічних чинників: соціально-політичної ситуації, що впливає на ставлення суспільства до виробничої діяльності; соціально-демографічних характеристик, важливих через необхідність залучення працівників різної кваліфікації; престижності професії; рівня життя населення, що визначає його платоспроможний попит; розвитку споживчого ринку, який формує потребу в об'єктах житлового будівництва; підприємницької активності, яка відображає готовність населення до реалізації підприємницьких ініціатив.

Адміністративно-правові фактори - нормативно-правова база, податкова система, діяльність органів влади та управління - хоч і не належать до суто ринкових елементів, однак суттєво впливають на процес реалізації будівельних проєктів.

Водночас конкурентні позиції підприємства значною мірою залежать і від внутрішніх факторів, які перебувають під його контролем. До них належать виробничі, управлінські та маркетингові компоненти. Виробничі фактори включають технологічні параметри, що забезпечують переваги у якості та собівартості житла, а також коротші терміни введення об'єктів в експлуатацію. До таких факторів належать методи організації виробництва, потужності підприємства, технологічне проектування та часові характеристики.

Менеджмент будівельного підприємства є дієвим лише за умови ефективного використання внутрішніх ресурсів: системи планування, управління персоналом, фінансовими потоками та логістикою.

Маркетингові фактори можуть класифікуватися за елементами комплексу маркетингу або видами діяльності. Саме чітке визначення напрямів розвитку допомагає підприємству утримувати стабільні конкурентні позиції. Нові конкурентні переваги формуються завдяки стратегічно визначеним завданням, які реалізують маркетинговий та інші структурні підрозділи. До ключових складників маркетингу належать: ринкова інформація, яку отримують у процесі дослідження ринку; маркетингові комунікації; позиціонування будівельної продукції на цільовому сегменті; такі фактори, як якість, ціна, імідж забудовника, що визначають ринкову привабливість житлової нерухомості. Важливу роль відіграє впровадження інновацій, що формує перспективи розвитку галузі та підвищує її економічну ефективність. За відсутності інноваційного потенціалу будівельне підприємство втрачає стратегічну гнучкість і відповідно - конкурентні позиції. Тому ефективне управління інноваційним потенціалом є одним із ключових чинників стабільності підприємства [22, с. 420-423].

Таким чином, узагальнення результатів дослідження факторів конкурентоспроможності будівельних підприємств, запропонованих різними науковцями, свідчить про домінування саме зовнішніх чинників. При цьому

будівельні компанії не можуть прямо впливати на їхній зміст і динаміку, а змушені лише пристосовуватися до умов зовнішнього середовища, що формуються поза межами їхнього контролю.

Наступним етапом дослідження є виокремлення методів аналізу конкурентоспроможності підприємства.

1.3 Методи аналізу конкурентоспроможності підприємства

Методи оцінювання конкурентоспроможності поділяють залежно від низки параметрів на суб'єктивні та об'єктивні, а також на якісні та кількісні. Суб'єктивні методи ґрунтуються на експертних оцінках стейкхолдерів і передбачають застосування опитувань, інтерв'ю або фокус-груп. Об'єктивні методи спираються на реальні статистичні дані та вимірювані показники, що мінімізує вплив індивідуальних суджень.

Якісні методи зосереджуються на аналізі нематеріальних аспектів конкурентоспроможності, таких як імідж підприємства, сила бренду, рівень інноваційності, якість продукції чи послуг. Кількісні методи, навпаки, передбачають розрахунок конкретних числових показників, що дозволяють об'єктивно оцінити рівень конкурентоспроможності підприємства.

Для ґрунтовного аналізу розглянемо основні групи методів оцінювання конкурентоспроможності. Насамперед зупинимося на матричних методах, що базуються на побудові та інтерпретації різних типів матриць для комплексної оцінки конкурентних позицій підприємства. Перелік цих методів наведено в таблиці 1.3.

Матричні методи забезпечують системний і впорядкований підхід до аналізу та оцінювання конкурентоспроможності підприємства. Вони дозволяють встановити ключові чинники впливу, визначити позицію підприємства на ринку та сформулювати обґрунтовані стратегічні рішення для подальшого розвитку.

Таблиця 1.3 – Матричні методи аналізу конкурентоспроможності підприємства [24-30]

Метод	Характеристика
Матриця BCG	Інструмент стратегічного аналізу, що класифікує бізнес-одиниці або продукти за двома параметрами: темп росту ринку та ринкова частка. Виділяє чотири групи: «зірки» (високий ріст і висока частка; потребують інвестицій, але мають високий потенціал), «важкі діти» (низька частка на швидкозростаючому ринку; потребують значних ресурсів), «дійні корови» (висока частка на стабільному ринку; генерують значний прибуток), «собаки» (низька частка і низький ріст; економічно малопривабливі).
Матриця ADL/LC	Модель консалтингової компанії Arthur D. Little, що поєднує стадію життєвого циклу галузі та позицію підприємства на ринку. Складається з 20 квадрантів і дозволяє визначати оптимальні стратегічні дії з урахуванням 24 уточнених варіантів стратегій.
Матриця GE/McKinsey	Розроблена General Electric і McKinsey & Co. Оцінює бізнес-напрямок за привабливістю ринку та конкурентною позицією підприємства. Містить 9 квадрантів та передбачає такі стратегічні напрями: інвестування в зростання, вибіркоче розширення, захист позицій, «збір урожаю», скорочення або ліквідація.
Матриця Ансоффа	Інструмент вибору стратегій росту, що ґрунтується на поєднанні «товар – ринок» (новий/існуючий). Передбачає чотири стратегії розвитку: проникнення на ринок, розвиток ринку, розвиток продукту, диверсифікація.
Матриця Томпсона–Стріклєнда	Аналізує конкурентну позицію підприємства залежно від темпів росту ринку та сили конкурентних переваг. Містить чотири квадранти та 14 варіантів стратегій, серед яких: концентрація, вертикальна інтеграція, диверсифікація, скорочення, ліквідація, створення спільних підприємств тощо.
Матриця Shell / DPM (Direct Policy Matrix)	Розроблена у період енергетичної кризи (1975 р.) та оцінює діяльність бізнес-одиниці за конкурентоспроможністю бізнесу та перспективністю галузі. За цими критеріями визначаються такі позиції: лідер, підприємство з потенціалом зростання, генератор грошових потоків, бізнес, який слід розвивати обережно або поступово згортати.
Матриця Хофера–Шенделя	Інструмент стратегічного планування, що враховує стадію розвитку ринку (п'ять етапів: розвиток, зростання, витіснення старого продукту, зрілість, насичення) та стратегічну позицію підприємства (сильна, середня, слабка). Дозволяє визначити оптимальні стратегічні альтернативи для бізнес-підрозділів.

Методи експертних оцінок, своєю чергою, базуються на професійному досвіді, знаннях та інтуїції фахівців, що дає змогу отримати глибшу інтерпретацію окремих аспектів конкурентної позиції підприємства. Перелік основних експертних методів подано у таблиці 1.4.

Таблиця 1.4 – Методи експертних оцінок конкурентоспроможності підприємства [27-33]

Метод	Характеристика
PESTLE-аналіз	Розширений варіант PEST-аналізу, що охоплює шість груп факторів: політичні (P), економічні (E), соціальні (S), технологічні (T), правові (L) та екологічні (E). Дозволяє комплексно оцінити макросередовище, визначити регуляторні, правові та природні ризики, що впливають на конкурентоспроможність підприємства.
SWOT-аналіз	Інструмент стратегічного аналізу, який дозволяє оцінити внутрішній потенціал підприємства (сильні й слабкі сторони) та вплив зовнішніх умов (можливості й загрози). Допомогає формувати стратегії розвитку, орієнтовані на використання переваг і мінімізацію ризиків.
Аналіз за методом 111–555	Комплексний інструмент, що передбачає оцінку підприємства за 11 ключовими показниками (продуктивність, фінансова стійкість, технологічний рівень, інноваційність тощо) та п'ятьма стратегічними сферами (результати минулих років, прогноз, порівняння з конкурентами, оцінка управління, можливості й загрози). Забезпечує багатовимірне бачення конкурентоспроможності.
Метод порівнянь	Підхід, що базується на зіставленні показників діяльності підприємства з конкурентами або еталонними компаніями галузі. Дозволяє виявити відставання чи переваги, оцінити позицію на ринку та визначити напрями підвищення конкурентоспроможності.

Розрахункові та розрахунково-графічні методи оцінювання конкурентоспроможності підприємства застосовуються для кількісного вимірювання його ринкового потенціалу й ефективності на основі системи показників та параметрів діяльності. Ці методи дозволяють об'єктивно визначити рівень конкурентних переваг, виявити відхилення від середньогалузевих стандартів і сформувані кількісні орієнтири для подальшого стратегічного розвитку підприємства. Основні розрахункові та графічні методи наведено у таблиці 1.5.

Одними із найбільш поширених та зручних інструментів порівняння можливостей підприємств будівельної галузі з його основними конкурентами є наступні [33-34].

Таблиця 1.5 - Розрахункові та розрахунково-графічні методи оцінювання конкурентоспроможності підприємства

Метод	Характеристика
Радіальна діаграма	Графічний інструмент, що відображає дані у вигляді секторів, які розходяться від центру до кола. Дозволяє порівнювати кілька показників одночасно, демонструючи їхню відносну величину або частку. Ефективна для аналізу структурних співвідношень і порівняння категорій між собою.
Багатокутник конкурентоспроможності	Візуалізаційний метод, який формує багатокутник, де кожна вершина відповідає окремому критерію конкурентоспроможності (ціна, якість, інноваційність, сервіс тощо). Дозволяє порівняти сильні та слабкі сторони підприємства відносно конкурентів, а також наочно показати збалансованість або диспропорції конкурентних параметрів.
Метод профілів	Передбачає формування комплексної характеристики об'єкта (підприємства, продукту, послуги) через набір ключових параметрів: фінансових, ринкових, технологічних, управлінських та інших. Дає змогу оцінити стан підприємства, визначити його потенціал, сильні й слабкі сторони та окреслити напрями стратегічного розвитку.
Метод рангів	Кількісний метод, що базується на ранжуванні показників підприємства та його конкурентів. Дозволяє визначити місце підприємства за кожним критерієм, встановити пріоритети для поліпшення та виявити ключові напрями підвищення конкурентоспроможності.

1. Оцінка рівня конкурентоспроможності підприємств за ключовими факторами успіху за формулою:

$$КСП = \frac{\sum_{j=1}^l \left[\beta_j \cdot \frac{\sum_{i=1}^k \alpha_i \cdot A_i}{\sum_{i=1}^k \alpha_i} \right]}{\sum_{j=1}^l \beta_j}, \quad (1.1)$$

де A_i — оцінка i -го фактора в групі;

α_i — питомий коефіцієнт, який характеризує відносну важливість i -го фактора для галузі та підприємства;

k — число факторів у групі;

β_j — питомий коефіцієнт, що характеризує відносну важливість j -ої групи для галузі та підприємства;

l — число груп факторів;

i — поточний номер фактора всередині групи факторів;

j — поточний номер групи факторів.

2. Аналітична оцінка рівня конкурентоспроможності послуг підприємства здійснюється шляхом побудови матриці конкурентоспроможності - методу, що базується на розрахунку групового факторного показника. Такий підхід використовує результати експертного (маркетингового) оцінювання та включає виконання кількох послідовних етапів.

1) Формування матриці конкурентоспроможності підприємства, що передбачає:

визначення та заповнення переліку факторів, які впливають на конкурентоспроможність;

внесення параметричних одиничних оцінок підприємств, отриманих на основі експертного оцінювання;

визначення та фіксацію рангових оцінок факторів відповідно до експертних висновків.

2) розрахунок інтегрального факторного показника за формулою:

$$I_i = g_i \cdot R_i, \quad (1.2)$$

де g_i — значення i -го факторного показника за кожним фактором оцінювання конкурентоспроможності підприємства (КСП) (параметрична одинична експертна оцінка i -го фактора конкурентоспроможності);

R_i — ранг i -го фактора, що аналізується;

3) визначення сумарної оцінки за формулою:

$$S_i = \sum_{i=1}^n I_i, \quad (1.3)$$

де n — кількість одиничних параметричних факторів конкурентоспроможності.

4) визначення коефіцієнта конкурентоспроможності:

$$KC = 1 \Leftrightarrow S_{\max} \rightarrow \text{підприємство-лідер};$$

$$KC = \frac{S_i}{S_{\max}} \rightarrow \text{для всіх інших.}$$

При цьому: якщо $0,9 \leq KC_i < 1,0$ - підприємство “ринковий послідовник”;

якщо $0,5 \leq KC_i < 0,9$ - підприємство “ринковий претендент”;

якщо $KC_i < 0,5$ - підприємство “ринковий новачок.

Графічна оцінка рівня конкурентоспроможності підприємства здійснюється за допомогою методу «радар», який передбачає побудову багатокутника конкурентоспроможності для кожного підприємства (рис. 1.3).

Такий підхід дозволяє наочно визначити сильні та слабкі сторони як власних послуг, так і послуг конкурентів на основі вибраних показників. Їх кількість залежить від специфіки діяльності та особливостей наданих послуг.

Оцінювання характеристик проводиться експертним методом у балах. Для кожного показника на відповідній осі (промені) позначається точка відповідно до присвоєного балу. Після послідовного з'єднання усіх точок формується графічний багатокутник, який відображає рівень конкурентоспроможності конкретної послуги або підприємства.

Для поглибленого аналізу визначають площу отриманих фігур та порівнюють між собою. Співвідношення площі багатокутника до максимальної можливої площі умовно інтерпретується як частка ринку, яку охоплює певне підприємство [35, с. 46].

Загалом площу багатокутника конкурентоспроможності підприємства розраховують за формулою:

$$S_i = \frac{1}{2} \cdot \sum_{i=1}^n I_i \cdot I_{i+1} \cdot \sin \alpha_i, \quad (1.4)$$

де I_i — інтегральний факторний показник i -ї складової конкурентоспроможності послуг підприємства [36, с. 33].

Підприємству з найвищим рівнем конкурентоспроможності відповідатиме багатокутник з максимальною площею.

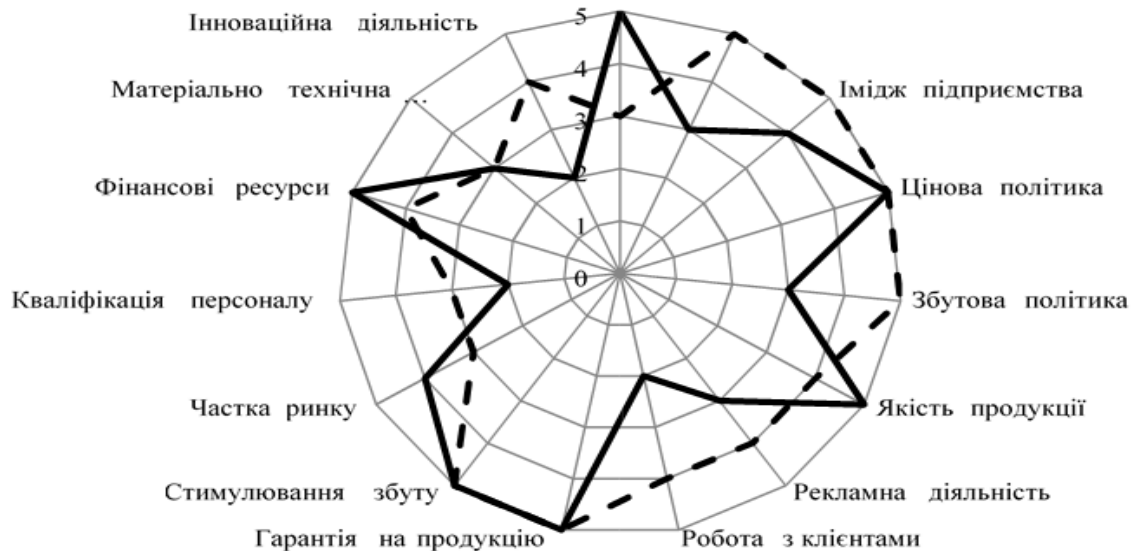


Рисунок 1.3 – Приклад побудови діаграми конкурентоспроможності підприємства [36, с. 33]

Моделі структурного та стратегічного аналізу конкурентоспроможності дозволяють підприємствам глибше усвідомити свою ринкову позицію, визначити ключові переваги й недоліки, а також окреслити оптимальні стратегічні напрями розвитку. Використання таких моделей сприяє формуванню ефективних рішень щодо підвищення конкурентного потенціалу. Основні моделі наведено у таблиці 1.6.

Оцінювання конкурентоспроможності підприємства є безперервним ітеративним процесом, що потребує регулярного аналізу та своєчасного реагування на зміни як у внутрішньому, так і у зовнішньому середовищі. Завдяки цьому підходу підприємства можуть підтримувати та зміцнювати свої ринкові позиції, забезпечуючи стійку конкурентоспроможність і успішний розвиток у довгостроковій перспективі.

Для ефективного управління підприємством необхідно застосовувати методи, що забезпечують об'єктивну оцінку його поточного стану. Відповідно, методи оцінювання конкурентоспроможності класифікують за низкою параметрів: на суб'єктивні та об'єктивні, а також на якісні та кількісні.

Таблиця 1.6 - Моделі структурного та стратегічного аналізу конкурентоспроможності

Метод	Характеристика
LOTS-аналіз	Метод, розроблений у 1980 р. у Швеції; назва походить від слова «лоцман». Орієнтований на адаптацію діяльності підприємства до потреб споживачів. Включає дев'ять етапів аналізу: оцінка поточного стану, аналіз існуючих стратегій, визначення довгострокових і короткострокових цілей, вибір методів дослідження, оцінка кадрового потенціалу, формування плану розвитку, оцінка системи менеджменту та підготовка підсумкової звітності.
PIMS-аналіз	Модель, розроблена компанією General Electric у 1960-х роках. Базується на великому емпіричному масиві даних (~3000 підприємств) та використовує близько 30 змінних для оцінки факторів довгострокової прибутковості. Дозволяє визначити до 67% чинників успіху компанії, порівнюючи її показники з аналогами в галузі.
GAP-аналіз	Метод, створений Стенфордським дослідницьким інститутом, призначений для виявлення розривів (gap) між поточним і цільовим станом підприємства. Ґрунтується на порівнянні фактичних результатів із бажаними стратегічними орієнтирами та визначенні напрямів, що потребують удосконалення.
Аналіз витрат і ланцюжка цінностей (Value Chain Analysis)	Метод Майкла Портера, який дозволяє дослідити всі етапи створення вартості в межах діяльності підприємства. Дає змогу визначити, які процеси формують найбільшу цінність, де існують резерви ефективності та як оптимізувати виробничо-збутовий ланцюг для підвищення конкурентоспроможності й досягнення стратегічних цілей.

Слід зазначити, що якісні методи орієнтовані на аналіз нематеріальних аспектів діяльності підприємства, таких як репутація, сила бренду, якість продукції, рівень інноваційності та інші фактори, які не піддаються прямому кількісному вимірюванню.

Кількісні методи ґрунтуються на використанні числових показників, статистичних даних та розрахункових моделей, що дозволяють об'єктивно виміряти рівень конкурентоспроможності підприємства. Вони забезпечують можливість порівняння результатів діяльності з конкурентами, оцінки динаміки розвитку та формування стратегічних управлінських рішень на основі точних вимірювань.

Висновки до розділу 1

Проведено теоретичний аналіз поняття «конкурентоспроможності підприємства», який показав, що дана категорія є багатовимірною та комплексною, вона формується під впливом зовнішніх та внутрішніх факторів. Конкурентоспроможність трактується науковцями як здатність підприємства ефективно функціонувати в умовах ринкового суперництва, забезпечуючи стійкі конкурентні переваги. Попри різноманіття підходів, спільним є бачення конкурентоспроможності як результату раціонального використання ресурсів, високої адаптивності, здатності задовольняти потреби споживачів краще, ніж конкуренти.

Аналіз факторів конкурентоспроможності довів, що на її формування впливають як зовнішні умови - економічна, політична, правова та соціальна ситуація, рівень розвитку ринкової інфраструктури, так і внутрішні фактори, які пов'язані з ресурсним потенціалом, організацією виробництва, маркетингом, інноваційністю, фінансовою стійкістю та ефективністю управління. Особливої специфіки у формуванні конкурентоспроможності набувають підприємства будівельної галузі, діяльність яких характеризується високою матеріалоемністю, індивідуальністю послуг, тривалим виробничим циклом.

Оцінювання конкурентоспроможності підприємства повинно здійснюватися комплексно з використанням суб'єктивних та об'єктивних, якісних і кількісних методів. Матричні методи дають змогу визначити стратегічну позицію підприємства на ринку; експертні методи - глибше оцінити якісні характеристики його діяльності; розрахункові та графічні методи забезпечують точну кількісну інтерпретацію конкурентних переваг; структурні та стратегічні моделі - визначають напрями розвитку та оптимізації управлінських рішень. Сукупне застосування цих підходів дозволяє провести ґрунтовний аналіз діяльності суб'єкта господарювання та здійснити напрацювання щодо шляхів підвищення його ефективності.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ

2.1 Загальна характеристика діяльності ТОВ «АПЕР КОНСТРАКШН»

Розвиток будівельної галузі України визначається глибокими трансформаціями в економіці країни, перебудовою структури виробництва та послуг, підвищенням вимог до якості й результативності управління підприємствами.

За даними сайту Опендатабот станом на листопад 2025 року [37] у сфері будівництва в Івано-Франківській області зареєстровано 2581 компаній, з них: будівництво будівель (організація будівництва будівель, будівництво житлових та нежитлових будівель) – 1770 компаній, будівництво споруд (будівництво доріг і залізниць, будівництво комунікацій, будівництво інших споруд) – 221 компанія, спеціалізовані будівельні послуги (знесення та підготовчі роботи на будівельному майданчику, електромонтажні, водопровідні та інші будівельно-монтажні роботи, роботи із завершення будівництва, інші спеціалізовані будівельні роботи) - 590 компаній.

Слід відмітити, що Івано-Франківськ є одним із найрозвинутіших міст Західної України, яке активно розвивається у сфері житлового будівництва.

Так, у 2024 році частка Івано-Франківської області у загальнодержавному обсязі збудованого житла склала 6,7%. За обсягом прийнятого в експлуатацію житла область посіла 4 місце серед регіонів держави, за темпом його зростання – 15 місце [38]. Такі показники вказують на прогрес та динамічність цієї сфери, що є позитивним для економіки області попри військові виклики.

Проаналізуємо детально діяльність компанії ТОВ «АПЕР КОНСТРАКШН», яка виконує повний комплекс покрівельних, фасадних та

будівельно-монтажних робіт будь-якої складності на замських будинках, житлових будинках міста, новобудовах та реконструйованому фонді [39].

Компанія розпочала свою діяльність у 2022 році її початкова назва ТОВ «СТТ Груп», яка займалась постачанням будівельних матеріалів, згодом відбулась зміна діяльності, а саме розширення у бік будівництва під ключ. За два роки діяльності компанія виконала понад 20 проєктів, більшість з яких (понад 90%) це у Буковелі та навколишніх регіонах. У 2024 році в компанії відбувся ребрединг і найменування компанії стало ТОВ «АПЕР КОНСТРАКШН» (Upper Construction). Компанія має офіс у м Івано-Франківську, будівельні бригади, техніку та обладнання для виконання широкого комплексу будівельних робіт та налагоджену логістику, щодо постачання сировини та матеріалів. Види послуг, які виконує компанія (рис 2.1).

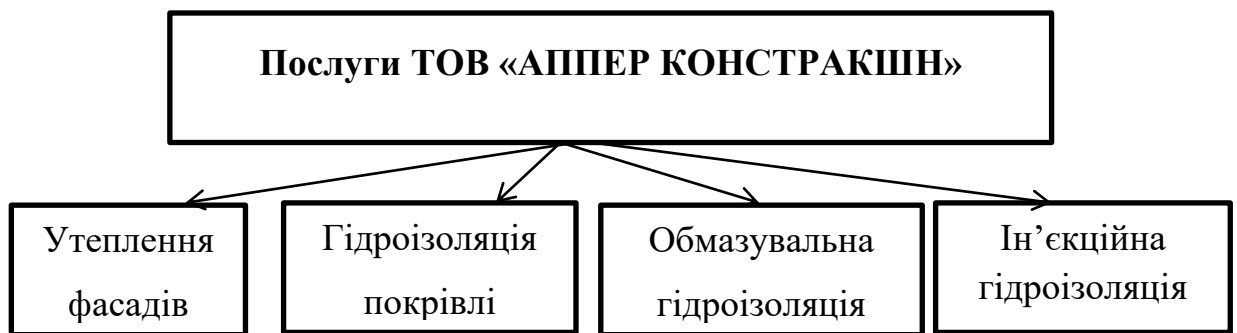


Рисунок 2.1 – Види послуг, які виконує ТОВ «АПЕР КОНСТРАКШН»

Компанія надає широкий спектр робіт із улаштування та подальшого обслуговування фасадів будівель різного призначення - від житлових комплексів до великих промислових об'єктів. Підприємство працює з усіма сучасними фасадними системами та матеріалами: алюмінієвими конструкціями, вентиляльованими фасадами, декоративними штукатурками, натуральним і штучним каменем, фасадною плиткою тощо. Усі роботи виконуються відповідно до технологічних вимог та рекомендацій виробників матеріалів, що гарантує довговічність, високу міцність і привабливий

зовнішній вигляд фасаду. Фасадні роботи можуть виконуватися як окремий етап, так і в межах комплексного будівельного проекту чи субпідряду.

Підприємство також спеціалізується на розробленні технічних рішень для плоских покрівель та систем гідроізоляції фундаментів. Вартість робіт формується з урахуванням площі об'єкта, складності даху та типу ПВХ-мембрани. Кошторис є прозорим і містить лише необхідні елементи, що дозволяє клієнту оптимізувати бюджет. ПВХ-мембрана забезпечує високу герметичність і надійно захищає покрівлю від атмосферних впливів. Матеріал стійкий до ультрафіолету, перепадів температур і механічних навантажень, а строк його служби перевищує 25 років. Зварювання гарячим повітрям дає змогу отримати суцільні та герметичні шви. Монтаж здійснюється кваліфікованими фахівцями з дотриманням чинних технічних стандартів.

Окремий напрям діяльності - виконання гідроізоляційних робіт із застосуванням бітумних та бітумно-полімерних матеріалів. Такий тип захисту використовується для ізоляції фундаментів та інших конструкцій від ґрунтових вод і капілярної вологи. Кошторис формується залежно від обсягів робіт, стану основи та обраного виду матеріалу. Технологія створює суцільне еластичне покриття, що надійно захищає конструкції від проникнення води, запобігає появі грибка та плісняви й зберігає сприятливий мікроклімат у приміщеннях. У роботі застосовуються цементні, полімерні й бітумні суміші - від базових до посилених систем гідрозахисту, залежно від умов експлуатації.

Компанія, також виконує ін'єкційну гідроізоляцію під високим тиском із використанням акрилатних та поліуретанових смол. Такий метод застосовується для зупинки протікання в тріщинах, деформаційних і холодних швах, а також для блокування капілярного підсмоктування вологи. Вартість робіт визначається індивідуально на основі складності доступу, глибини пошкодження та типу ін'єкційного матеріалу. Метод дозволяє ліквідувати джерело протікання без демонтажу конструкцій, швидко

відновити герметичність і уникнути витрат на масштабний ремонт. Смола вводиться точково, утворюючи водонепроникний бар'єр усередині конструкції, що забезпечує захист навіть у важкодоступних зонах. Залежно від поставленого завдання застосовуються поліуретанові, акрилові та епоксидні склади - для зупинки активних протікань, підсилення основ або ущільнення швів.

Серед об'єктів, де виконувались роботи ТОВ «АПЕР КОНСТРАШН» це [39]:

Аквапарк «Мавка» с. Поляниця, Івано-Франківська область. Період виконання робіт з липня 2023 р по грудень 2024 року. Компанія провела комплекс робіт, які забезпечують довговічність, естетику та безпеку об'єкта. До основних робіт належать, такі:

- Гідроізоляція покрівлі та терас за допомогою надійної ПВХ-мембрани, що забезпечує захист від вологи та перепадів температур;
- Опорядження терас гранітною плитою на опорах, що поєднує довговічність і вишуканий вигляд;
- Обмазувальна гідроізоляція монолітних стін, яка підвищує водонепроникність конструкцій;
- Гідроізоляція стін методом ін'єкцій, що гарантує максимальний захист від протікань.

Колесо огляду с. Поляниця, Івано-Франківська область, роботи на цьому об'єкті виконувались протягом 2023 року. Компанія відповідала за опоряджувальні роботи, які зробили територію навколо ще зручнішою, безпечнішою та довговічнішою. До основних видів робіт належать:

- Опорядження терас гранітною плиткою – поєднання стилю та міцності, що витримує будь-які погодні умови;
- гідроізоляція покрівлі та терас полімер-бітумною мембраною – гарантія захисту від вологи;
- обмазувальна гідроізоляція монолітних стін для додаткової міцності конструкцій.

Готель Mountain Residence Wellness and SPA с. Поляниця, Івано-Франківська область, роботи на цьому об'єкті виконувались з листопад 2023 року по грудень 2024 року. Серед видів робіт, які виконувались на об'єкті, такі:

- Влаштування «мокрого» фасаду - естетика, енергоефективність та довговічність;
- виготовлення та монтаж перильного огороження зі скла – сучасний дизайн та безпека;
- скління фасадне та тераси – максимальне наповнення простору світлом;
- опорядження терас гранітною плиткою;
- фарбування паркінгу згідно вимог ПДР – чітка навігація та комфорт для гостей;
- гідроізоляція покрівлі, терас та основи під плитку для надійного захисту від вологи;
- утеплення стін протипожежними матеріалами.

Готель «Маріон» с. Поляниця, Івано-Франківська область, роботи на цьому об'єкті виконувались з квітня по грудень 2024 року. В рамках реконструкції цього об'єкта було здійснено такі види робіт:

- Реставрація граніту тобто відновлення його природного вигляду;
- виготовлення та монтаж метало каркасу;
- опорядження терас гранітною плиткою та терасною дошкою, також скління, благоустрій та опорядження фасаду;
- гідроізоляція покрівлі та терас ПВХ-мембраною.

Готель «Тавель» с. Поляниця, Івано-Франківська область. В межах масштабної реконструкції цього об'єкта було виконано компанією такий комплекс робіт:

- Добудова верхнього поверху, інтегруючи його в загальний архітектурний стиль будівлі;
- гідроізоляція покрівлі та терас за допомогою ПВХ-мембран;

- виготовлення та монтаж метало каркасу, що забезпечує міцність нової конструкції;

- скління, яке додає більше природного світла та створює панорамний ефект.

Фасад ЖК «Крайобраз» м. Яремча, Івано-Франківська область. Роботи на цьому об'єкті виконувались у 2025 році. Проведення фасадні роботи, а саме утеплення. Основою фасаду стала декоративна штукатурка Baumit CreativTop, яка дає можливість створювати індивідуальні дизайнерські рішення за забезпечує захист від зовнішніх впливів.

Делятинський ліцей №1 смт. Делятин Івано-Франківська область. Роботи проводились у спортивному залі ліцею. Здійснено монтаж теплоізоляційного шару для збереження тепла в приміщенні; укладання ПВХ-мембрани з повним герметичним захистом; обробку всіх вузлів та стиків згідно з технологічними нормами.

Парк розваг Гедзьо м. Яремче Івано-Франківська область. Роботи на об'єкті виконувались протягом липня-листопада 2024 року. Виконання робіт полягало в надійній гідроізоляції світлових ліхтарів та покрівель, яку здійснюють із використанням ПВХ-мембрани, що забезпечує захист від вологи, перепадів температур і зберігає герметичність навіть у складних погодних умовах.

Загалом за період діяльності компанія виконала робіт на більше ніж ста об'єктах, що свідчить про якість, надійність та затребуваність компанії на ринку будівельних послуг.

На наступному етапі проведемо аналіз факторів зовнішнього та внутрішнього середовища діяльності компанії за для виокремлення ключових характеристик, які впливають на функціонування досліджуваного суб'єкта господарювання.

2.2 Діагностика зовнішнього і внутрішнього середовища підприємств будівельних галузі

Для діяльності компанії аналіз факторів, які впливають на її функціонування має велике значення, адже це дозволяє виявити, як сильні сторони суб'єкта господарювання так і вузькі місця, а також потенційні можливості і виклики.

Проведемо аналіз факторів зовнішнього середовища, які впливають на діяльність ТОВ «АПЕР КОНСТРАКШН». Зокрема, серед економічних факторів, які мають суттєвий вплив на діяльність компанії є: коливання курсу валюти, підвищення рівня інфляції та зміна купівельної спроможності населення це ускладнює планування витрат на сировину та матеріали, особливо імпорتنі, змінює вартість робіт і кінцеву ціну для замовників. Зростання цін на будівельні матеріали, енергоносії, паливо - збільшує собівартість виконання робіт, що позначається на отриманому прибутку компанією або змусити коригувати ціни. Фінансова нестабільність, скорочення інвестицій у нерухомість, а від так, і у виконання фасадних, покрівельних робіт - це впливає на кількість замовників, проекти можуть відкладатися або замовники відмовлятися через нестабільні доходи чи зменшення платоспроможності.

Значний вплив на діяльність досліджуваного товариства мають політико-правові фактори, а саме: військові дії в країні посилюють загальну нестабільність, негативно впливають на інвестиційний клімат, скорочують кількість проектів та підвищує їх вартість .

Технологічні та інноваційні фактори. Використання нових будівельних технологій, методів, матеріалів дозволяють компаніям, які це впроваджують, швидко адаптується до стандартів, підвищити якість, енергоефективність, скоротити витрати часу на виконання робіт. Розвиток цифрових інструментів - CAD/БІМ, проектування, автоматизація, контроль якості - дозволяють зменшувати помилки, прискорювати роботу, підвищувати конкурентоспроможність.

Екологічні та природно-кліматичні фактори. Зміни клімату, погода, природні умови - можуть впливати на строки та безпеку робіт, вибір матеріалів для їх виконання та підвищити вартість.

Соціальні та демографічні фактори. Нестача кваліфікованих працівників, сезонна мобільність, еміграція - зменшують здатність виконувати роботи якісно й вчасно.

До факторів внутрішнього середовища, які мають вплив на діяльність ТОВ «АПЕР КОНСТРАКШН» слід віднести такі:

Конкуренція з боку інших будівельних та підрядних фірм є високою, як зазначалось раніше тільки в Івано-Франківській області зареєстровано близько 590 компаній які надають будівельні послуги тобто значна кількість компаній на ринку змушує переглядати цінову політику на послуги та терміни виконання робіт. Серед основних конкурентів компанії це:

Приватне підприємство «ТерраПроф» - компанія, яка надає послуги у Івано-Франківському та Львівському регіонах. Працює на ринку з 2007 року, основний вид діяльності – покрівельні роботи, серед інших видів робіт є надання ландшафтних послуг, штукатурні роботи, монтаж водопровідних мереж, систем опалення та кондиціонування, будівництво житлових і нежитлових будівель, інші роботи із завершення будівництва, спеціалізовані будівельні роботи, інші будівельно-монтажні роботи та будівництво інших споруд [40].

ТОВ «Дібера Буд» - товариство зареєстроване у лютому 2025 року, надає послуги на території Івано-Франківської та Львівської областей. Основним видом діяльності є покрівельні роботи, інші види діяльності товариства - малярні роботи та скління, покриття підлоги й облицювання стін, штукатурні роботи, монтаж водопровідних мереж, систем опалення та кондиціонування, підготовчі роботи на будівельному майданчику, будівництво житлових і нежитлових будівель, організація будівництва будівель, інші будівельно-монтажні роботи, інші спеціалізовані будівельні

роботи, інші роботи із завершення будівництва, будівництво інших споруд [41].

ТОВ «СБМ Компані» - товариство зареєстроване у 2023 році, надає послуги на території Івано-Франківської області. Основним видом діяльності є фасадні роботи, серед інших видів діяльності це - надання ландшафтних послуг, комплексне обслуговування об'єктів, будівництво житлових і нежитлових будівель, діяльність посередників у торгівлі деревиною, будівельними матеріалами та санітарно-технічними виробами, покрівельні роботи, інші роботи із завершення будівництва, малярні роботи та скління, покриття підлоги й облицювання стін, установлення столярних виробів, штукатурні роботи, інші будівельно-монтажні роботи, монтаж водопровідних мереж, систем опалення та кондиціонування, підготовчі роботи на будівельному майданчику, Інші спеціалізовані будівельні роботи [42].

Постачальниками ТОВ «АПЕР КОНСТРАКШН» є юридичні особи, які здійснюють виробництво різних видів будівельних матеріалів та допоміжних матеріалів для виконання фасадних, гідроізоляційних та покрівельних робіт.

Зокрема, ТОВ «Лібер Україна» компанія, яка спеціалізується на гуртових продажах високоякісних будівельних матеріалів європейських виробників [43]. ТОВ «АПЕР КОНСТРАКШН» замовляє у цього постачальника такі види матеріалів: плита теплоізоляційна termPIR , покрівельна воронка S-Gully PVC, ПВХ мембрана Sikaplan, плівка пароізоляційна, прокат плоский з оцинкованої сталі.

ТОВ «MIZOL» це компанія, яка більше 25 років спеціалізується на дистрибуції будівельних матеріалів від провідних світових постачальників, а також на наданні послуг і розробці рішень в галузі цивільного та промислового будівництва [44]. Серед матеріалів, яка замовляє ТОВ «Апер Констракшин» це: парпетна воронка з поліуретану, ПВХ-мембрана SOPREMA FLAGON, плівка пароізоляційна, шиповидна геомембрана «Ізоліт», цементно-стружкова плита.

Компанія «ПЕРШИЙ ДІМ», є прямим постачальником вітчизняних та світових виробників будівельних матеріалів, представлених на ринку України. Номенклатура продукції налічує більше п'яти тисяч найменувань, компанія має 23 представництва в усіх куточках України [45]. Серед матеріалів, які замовляє ТОВ «Аппер Констракшин» це: плити пінополістирольні екструдовані, праймер бітумно-каучуковий, сітка скловолокниста.

ТОВ «ПРОФЦЕНТР КВІТКА» компанія здійснює виробництво, продаж, сервісне обслуговування різних типів електрообладнання для будівельних робіт [46]. Серед матеріалів та інструментів, які замовляє ТОВ «АППЕР КОНСТРАКШН» це: ніж сегментний, рукавиці з латексним покриттям WinterGrip, перфоратор, шуруповерт, акумулятори, набір інструментів - головки змінні, круг алюмінієвий відрізний.

Серед партнерів ТОВ «АППЕР КОНСТРАКШН» з якими налагоджена тісна співпраця, можна виокремити компанію «Благо», яка значну частину робіт на своїх будівельних об'єктах, такі як: покрівельні, фасадні, гідроізоляційні, штукатурні роботи, благоустрій, скління, віддає на виконання саме товариству.

Щодо такого компоненту аналізу внутрішнього середовища, як співробітники, то варто зазначити, що компанія із будівельними бригадами працює на умовах цивільно-правових робіт. Компанія розвивається і в подальшому планує збільшувати штат працівників для кращої комунікації із клієнтами, адже основою будь-якої організації є її співробітники, а також чітко налагоджені процеси.

Клієнтами ТОВ «АППЕР КОНСТРАКШН» є готельні комплекси, дитячі розважальні комплекси, також виконувала роботи у житлових комплексах. За період діяльності компанія має більше 50 задоволених клієнтів та понад 100 виконаних проєктів, це свідчить про надійність та довіру до суб'єкта господарювання, як партнера та виконавця робіт.

Органи місцевого самоврядування та державні органи влади. Компанія дотримується законодавства у сфері регулювання діяльності будівельних компаній, загальнодержавних нормативних актів, розпоряджень, вимог та норм щодо будівельних робіт. На діяльність компанії мають суттєвий вплив Державна податкова служба, Національний банк України, місцеві органи статистики, пенсійного фонду, департаменти архітектури та містобудування, екології та природних ресурсів.

Проведемо PESTLE-аналіз, який є розширеною формою PEST-методу та дозволяє комплексно оцінити зовнішні чинники, які впливають на діяльність підприємства. Для будівельної компанії ТОВ «АПЕР КОНСТРАКШИН», що спеціалізується на фасадних, покрівельних та гідроізоляційних роботах, цей інструмент дає можливість визначити стратегічні можливості й загрози, сформувану обґрунтовану стратегію розвитку та виокремити шляхи підвищення конкурентоспроможності (табл. 2.1).

Політичне середовище значною мірою визначає стабільність функціонування будівельних підприємств. До основних політичних факторів, які мають вплив на діяльність підприємства є: воєнний стан та військові дії: підвищують ризики, зменшують інвестиційну активність, впливають на терміни проектів; державне регулювання будівництва: часті зміни ДБН та державних стандартів потребують адаптації технологій; дозвільна система: будівельні роботи вимагають отримання погоджень, дозволів, що ускладнює бюрократичний процес; політика енергоефективності: державні програми утеплення та реконструкції будівель створюють додатковий попит на фасадні та гідроізоляційні роботи; місцева політика розвитку туристичних регіонів сприяє збільшенню замовлень у сегменті готельних комплексів та комерційних об'єктів.

Вплив на підприємство: від помірного до високого; наявні значні ризики, але й суттєві можливості для розширення.

Таблиця 2.1 –PESTLE-аналіз ТОВ «АПЕР КОНСТРАКШН» [47]

Складові	Характер впливу
Р – Політичні фактори	Воєнний стан; державне регулювання будівництва; дозвільні процедури; вплив органів влади; державні програми відновлення; політика енергоефективності.
Е – Економічні фактори	Інфляція; коливання валютного курсу; зростання цін на будматеріали; економічна нестабільність; платоспроможність замовників; сезонність робіт; інвестиційна активність.
S – Соціальні фактори	Дефіцит кадрів; міграція населення; зростання вимог до якості; розвиток туристичних регіонів; суспільна орієнтація на енергоефективність.
T – Технологічні фактори	Поява сучасних матеріалів; автоматизація; цифровізація; BIM-проекування; модернізація інструментальної бази; технологічні ризики.
L – Правові фактори	Будівельні норми та стандарти; ліцензування; вимоги до охорони праці; договірні процедури; податкове законодавство; регулювання імпорту матеріалів.
Е – Екологічні фактори	Екологічні стандарти у будівництві; вимоги до утилізації відходів; необхідність енергоефективних технологій; природно-кліматичні умови; вплив погоди на терміни робіт.

Будівельна галузь є вкрай чутливою до економічних коливань. Основні економічні фактори: висока інфляція: збільшує собівартість робіт; коливання валютного курсу: впливають на закупівлю імпортованих матеріалів (ПВХ-мембрани, геомембрани, ін'єкційні смоли); подорожчання енергоносіїв і паливно-мастильних матеріалів: підвищує витрати на логістику та техніку; сезонність будівельних робіт: взимку підприємства мають менший обсяг замовлень; зменшення інвестицій у нове будівництво: особливо у приватному секторі; високий попит на ремонтні та реконструкційні роботи: дає можливість стабілізувати діяльність; фінансова нестабільність: знижує платоспроможність замовників, збільшує ризики неплатежів.

Вплив: критичний; необхідна постійна адаптація фінансової та цінової політики.

Соціальні тенденції формують кадровий потенціал і попит на будівельні послуги. Основні соціальні чинники: дефіцит кваліфікованих працівників: міграція та висока конкуренція за кадри ускладнюють комплектацію бригад; зростання вимог клієнтів до якості: потребує удосконалення контролю якості та застосування новітніх матеріалів; попит на готельну й туристичну

інфраструктуру в регіоні: сприяє розвитку у сфері реконструкції готелів, SPA, апартаментів; урбанізація та розвиток житлового будівництва: стимулює попит на фасадні, гідроізоляційні та покрівельні роботи; підвищення уваги до енергоефективності: клієнти частіше обирають утеплені фасади, мембранні покрівлі та сучасні системи гідроізоляції.

Вплив: переважно позитивний, але кадрові ризики залишаються значними.

Технологічний розвиток є важливою передумовою конкурентоспроможності ТОВ «АПЕР КОНСТРАКШН». Основні технологічні фактори: поява нових матеріалів: ПВХ-мембрани, поліуретанові та акрилатні смоли для ін'єкцій, композитні фасади; сучасні технології гідроізоляції: ін'єктування під високим тиском, обмазувальна гідроізоляція, системи фундаментного захисту; розвиток технологій інформаційного моделювання будівель (BIM): дає змогу точніше планувати та контролювати проекти; автоматизація вимірювань та монтажу: використання сучасних лазерних рівнів, інструментів, механізмів; зростання ролі цифрових платформ: CRM-системи, автоматизація документообігу, онлайн-контроль об'єктів; технологічні ризики: вихід з ладу техніки, перебої у постачанні інноваційних матеріалів.

Вплив: значний позитивний; інноваційність стає ключовою конкурентною перевагою.

Правове середовище в будівництві є жорстко регульованим. Основні правові чинники: будівельні норми та стандарти (ДБН): регулярні зміни вимагають адаптації технологій і підходів; ліцензування окремих видів діяльності: підвищує вимоги до кваліфікації та технічної готовності підприємства; вимоги охорони праці та техніки безпеки: впливають на організацію робіт, вимагають навчання персоналу; законодавство про працю: регулює відносини з працівниками, використання ЦПХ; податкове законодавство: визначає податкове навантаження на бюджет

підприємства; регулювання імпорту матеріалів: митні процедури впливають на доступність ПВХ-мембран та інших іноземних матеріалів.

Вплив: високий; підприємство повинно системно слідкувати за нормативними змінами.

Будівельна діяльність має прямий вплив на довкілля, тому екологічні вимоги стрімко зростають. Основні екологічні фактори: вимоги до утилізації будівельних відходів: підприємство має дотримуватися норм поведіння з відходами; потреба у застосуванні екологічно чистих матеріалів: замовники дедалі частіше обирають сертифіковані рішення; погодні та кліматичні умови: впливають на сезонність робіт, строки виконання та технології монтажу; стандарти енергоефективності: підсилюють попит на утеплення, мембранні покрівлі, гідроізоляційні системи; вплив будівництва на довкілля: вимоги до шумозахисту, пиловиділення, екологічної безпеки робіт.

Вплив: від середнього до високого; екологічні вимоги стимулюють розвиток інноваційних технологій.

Проведений PESTLE-аналіз показує, що діяльність ТОВ «АПЕР КОНСТРАКШН» формується під впливом складного, але перспективного зовнішнього середовища. Найбільш критичними є економічні та політичні чинники, тоді як технологічні та соціальні фактори створюють значні можливості для зростання. Правові та екологічні аспекти вимагають контролю та адаптації, але водночас стимулюють підвищення стандартів якості та впровадження інновацій. Урахування зазначених факторів дозволить підприємству ефективно формувати стратегію розвитку та зміцнювати конкурентні позиції на ринку будівельних послуг.

На основі інформації про фактори зовнішнього та внутрішнього середовища функціонування компанії проведемо SWOT-аналіз із поділом на сильні, слабкі сторони діяльності, можливості та загрози. Це дозволить визначити потенціал компанії, перспективи розвитку та виклики, які можуть виникнути у майбутньому. На основі опитування фахівців компанії, експертів галузі, нами проведено SWOT-аналіз діяльності ТОВ «АПЕР

КОНСТРАКШН» із визначенням рейтингової оцінки впливу кожного компонента за шкалою від 1 до 10 балів, де 1 – слабкий вплив на діяльність товариства, а 10 – сильний вплив на функціонування товариства (табл. 2.2).

На основі проведено аналізу слід відмітити, що у компанії сума балів сильних сторін становить 71 і перевищує суму балів за слабкими сторонами (50) на 21 бал, це вказує, що досліджуваний суб'єкт господарювання має достатній внутрішній потенціал для стабільної роботи та розвитку, він володіє такими конкурентними перевагами, як: кваліфікований персонал, досвід у виконанні фасадних, покрівельних гідроізоляційних робіт, технічне забезпечення, репутація або гнучкість у виконанні проектів.

Наявні загрози у діяльності компанії перевищують її можливості на 8 балів, це означає, що діяльність компанії відбувається в нестабільному, ризиковому середовищі. ТОВ «АППЕР КОНСТРАКШН» потрібно діяти зважено та обережно спираючись на свої сильні сторони.

Таким чином, SWOT-аналіз діяльності ТОВ «АППЕР КОНСТРАКШН» показує, що компанія має достатній внутрішній потенціал для розвитку (перевага сильних сторін над слабкими - 21 балів), проте її діяльність відбувається у несприятливому зовнішньому середовищі (перевага загроз над можливостями - 8 балів). У таких умовах доцільно застосовувати стратегію, орієнтовану на використання наявних сильних сторін для мінімізації впливу загроз, що зумовлено насамперед воєнними діями, економічною нестабільністю та коливанням цін на будівельні матеріали.

В наступному підрозділі проведемо аналіз основних показників діяльності двох підприємств – конкурентів, це дозволить зробити висновки про результати їх функціонування та поглибити проведений аналіз.

Таблиця 2.2- SWOT-аналіз діяльності ТОВ «АППЕР КОНСТРАКШН»

Сильні сторони (S)	Слабкі сторони (W)
<ul style="list-style-type: none"> - Досвід виконання будівельно-ремонтних, фасадних, покрівельних робіт – на різних типах об’єктів (житлові, комерційні, виробничі) (9); - наявність кваліфікованих фахівців (8) ; - висока якість виконання робіт за рахунок використання сучасних матеріалів та технологій (вентильовані фасади, композитні матеріали, енергоефективні технології) (9); - гнучкість та швидке прийняття управлінських рішень за рахунок не великого розміру компанії (швидке прийняття рішень, адаптація до умов ринку та індивідуальні замовлення) (7); - можливість виконання робіт «під ключ» - фасад + покрівля + декоративні елементи (8); - позитивні відгуки клієнтів - підвищують довіру клієнтів та сприяють формуванню репутації. (7); - використання сучасних будівельних технологій (8); - гнучка цінова політика компанії (7); - високий рівень адаптації до потреб замовника (8). 	<ul style="list-style-type: none"> - Залежність від сезонності робіт - узимку обсяги замовлень скорочуються, що впливає на отримання доходу компанії, погодні умови (6); - невеликий штат працівників – відсутність можливості виконувати кілька об’єктів одночасно (7); - непізнаваність бренду на національному рівні – зменшує конкурентні переваги у порівнянні із великими будівельними компаніями (5); - залежність від субпідрядників – затримки у виконанні обсягу робіт (6); - слабка маркетингова активність - обмежена присутність у цифровому просторі (8); - плинність кадрів - конкуренція за кваліфікованих працівників цієї сфери у регіоні є високою (6); - обмежена географія діяльності – компанія виконує роботи в межах Івано-Франківської області (5); - чутливість до змін на ринку будівництва - економічні кризи та спад у галузі одразу відбиваються на обсягах робіт (7)
Сума балів: 71	Сума балів: 50
Можливості (O)	Загрози (T)
<ul style="list-style-type: none"> - Зростання попиту на будівельно-ремонтні роботи в регіоні (8); - використання «зелених» та енергоефективних технологій - підвищується попит на утеплення будівель, автономне енергозабезпечення, модернізацію фасадів (8); - попит на швидкокомтовані та модульні споруди та їх облаштування - у военний період актуальними стають тимчасові житлові, адміністративні та складські споруди (7); - розвиток захисного будівництва та облаштування (укриття, бомбосховища) - збільшується необхідність у зведенні укриттів, бомбосховищ, посиленних конструкцій (7). - залучення нових клієнтів за рахунок практичного досвіду виконання робіт на різних типах об’єктів із використанням сучасних матеріалів та технологій (9) 	<ul style="list-style-type: none"> - Військові дії в країні – 9; - посилення конкуренції та поява нових конкурентів на ринку (7); - економічна нестабільність в країні (8); - високі темпи інфляції, що призводить до швидкого подорожчання матеріалів, інструментів, енергоносіїв (8); - ризик пошкодження або знищення об’єктів будівництва через військові дії - Навіть у відносно безпечних регіонах залишається загроза ракетних обстрілів, дронівих атак або аварій енергосистеми (9); - зміна чинного законодавства у сфері будівництва та виконання будівельних робіт, що погіршить умови діяльності (6).
Сума балів: 39	Сума балів: 47

2.3 Аналіз основних техніко-економічних показників діяльності ТОВ «АПЕР КОНСТРАКШН» та ПП «ТерраПроф»

Техніко-економічний аналіз показників дозволяє комплексно оцінити використання наявних ресурсів, дати об'єктивну оцінку результатам функціонування об'єкта дослідження, визначити завдання, що стоять перед ним, розкрити резерви, намітити перспективи розвитку, виявити «вузькі місця» у діяльності.

Проведено аналіз ОТЕП ТОВ «АПЕР КОНСТРАКШН» за 2022-2024 роки (табл. 2.3 та рис 2.2), вихідні дані для аналізу наведено в додатку А.

Таблиця 2.3 – Аналіз техніко-економічних показників діяльності ТОВ «АПЕР КОНСТРАКШН» за 2022-2024 роки

Роки	Абсолютне значення	Абсолютна зміна		Темпи росту, %		Темпи приросту, %	
		базисні	ланцюгові	базисні	ланцюгові	базисні	ланцюгові
Чистий дохід від реалізації продукції, тис. грн.							
2022	4922,2	-	-	100	-	-	-
2023	24241,7	19319,5	19319,5	492,50	492,50	392,50	392,50
2024	61154,2	56232	36912,5	1242,42	252,27	1142,42	152,27
Собівартість реалізованої продукції, тис. грн.							
2022	4314,4	-	-	100	-	-	-
2023	21435,5	17121,1	17121,1	496,84	496,84	396,84	396,84
2024	55340,1	51025,7	33904,6	1282,68	258,17	1182,68	158,17
Чистий прибуток, тис.грн.							
2022	111,2	-	-	100	-	-	-
2023	1162,1	1050,9	1050,9	1045,05	1045,05	945,05	945,05
2024	2933,8	2822,6	1771,7	2638,31	252,46	2538,31	152,46
Продуктивність праці, тис.грн/ ос							
2022	984,44	-	-	100	-	-	-
2023	3030,21	2045,77	2045,77	307,81	307,81	207,81	207,81
2024	4704,17	3719,73	1673,96	477,85	155,24	377,85	55,24
Фондовіддача грн/грн							
2022	439,48	-	-	100	-	-	-
2023	9,09	-430,39	-430,39	2,07	2,07	-97,93	-97,93
2024	24,76	-414,72	15,67	5,63	272,39	-94,37	172,39

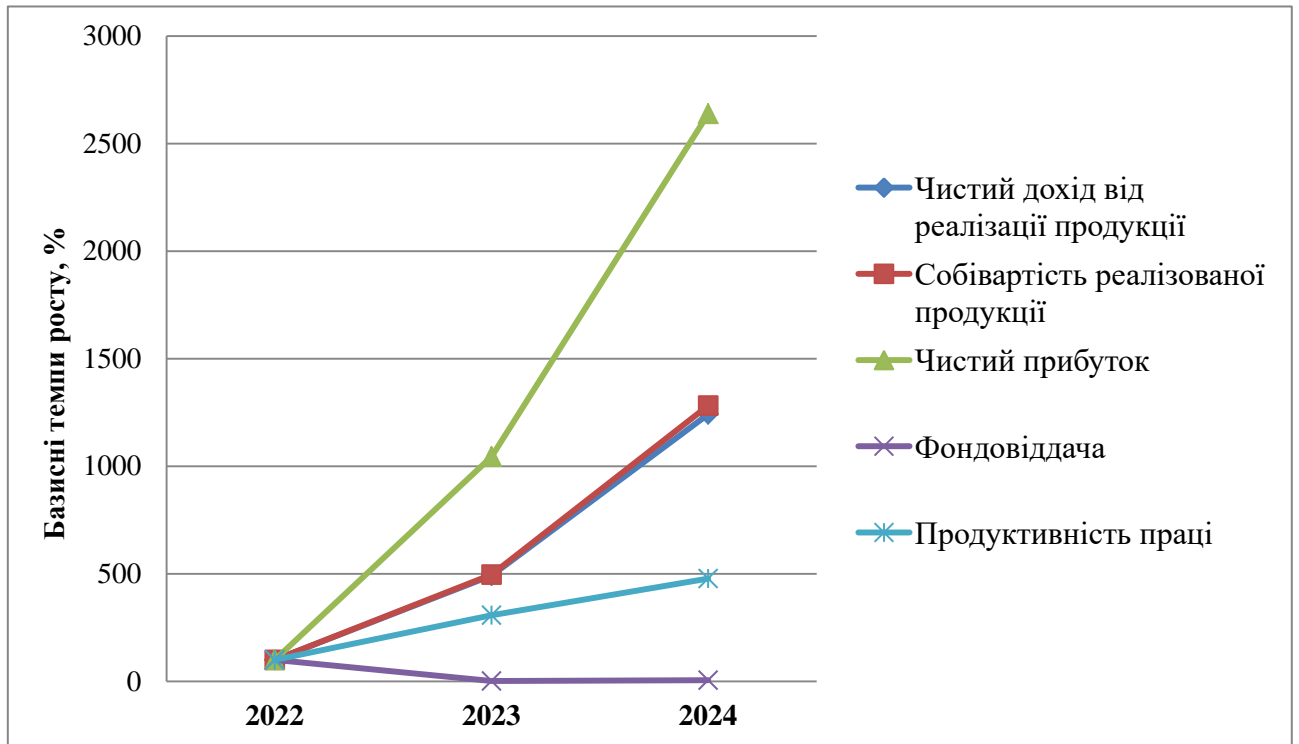


Рисунок 2.2 – Аналіз техніко-економічних показників діяльності ТОВ «АПЕР КОНСТРАКШН» за 2022-2024 роки

Аналіз основних показників діяльності товариства показав, що вони мають тенденцію до зростання протягом аналізованого періоду. Так, чистий дохід від реалізації продукції (послуг) протягом аналізованого періоду суттєво зріс, а саме на 492,5% у 2023 році та на 1242,42% у 2024 році в порівнянні із базовим 2022 роком, з зв'язку із збільшенням обсягу виконуваних робіт, так компанія надає послуги пов'язані із встановлення та обслуговування фасадів для різних типів будівель - від житлових будинків до промислових об'єктів. Виконує монтаж фасадів з усіх сучасних матеріалів: алюміній, дерево, вентильовані системи, декоративна штукатурка, натуральний та штучний камінь, плитка. Також, плідна співпраця з ТОВ Компанія «Благо» - одного із найвідоміших забудовників Прикарпаття в межах виконання таких видів робіт як: утеплення фасадів, гідроізоляція покрівлі, обмазувальна гідроізоляція, ін'єкційна гідроізоляція, внутрішнє опорядження, благоустрій території, штукатурні роботи, монтаж

металоконструкцій, скління, лінійне водовідведення, покрівельні роботи, фасадні роботи. Це дозволило ТОВ «АПЕР КОНСТРАКШН» суттєво наростити показник чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) за досліджуваний період.

Собівартість реалізованої продукції (наданих послуг) протягом 2022-2024 років поступово зростала, що пов'язано із суттєвим подорожчанням матеріалів, сировини, які компанія використовує за погодженням із замовниками у своїй роботі та підвищенням вартості робіт сторонніх організацій, які компанія замовляла. Так, у 2023 році цей показник зріс на 496,84% у порівнянні із 2022 роком, а в 2024 році на 1282,68% у порівнянні із базовим періодом. Однак, у 2024 році на 258,17%, у порівнянні з 2023 роком, що пов'язано із інфляційними процесами, які є в економіці країни, а від так, і підвищенням цін на матеріали для виконання робіт.

Чистий прибуток товариства протягом аналізованого періоду мав тенденцію до зростання, що пов'язано із збільшенням обсягів виконаних робіт, а відтак, і отриманим доходом компанії, також підвищення цього показника пов'язано із ребредингом компанії, проведенням ефективної маркетингової та цінової політик та вказує на успішність суб'єкта господарювання на ринку.

Фондовіддача основних засобів вказує на ефективність їх використання та віддачу від вкладених коштів, цей показник, також мав тенденцію до зростання. Оскільки компанія розпочала свою діяльність у квітні 2022 року і з того періоду здійснювала закупівлю основних засобів то згідно аналізу темп росту показника у 2023 році становив 2,07%, а в 2024 році – 5,63% у порівнянні із базовим 2022 роком.

Продуктивність праці є основним показником результативності праці працівників, який протягом аналізованого періоду мав тенденцію до зростання. Так, у 2023 році він зріс на 207,81%, а в 2024 році на 377,85% у порівнянні із 2022 роком. Оскільки для виконання роботи товариство здійснює найм працівників на умовах цивільно-правових договорів, а цей

показник розраховується як відношення між чистим доходом від реалізації продукції та середньообліковою кількістю працівників, яка на підприємстві станом на 2024 рік була 13 осіб, що згідно розрахунків і дало такі високі значення досліджуваного показника.

Загалом, протягом аналізованого періоду ключові показники діяльності мали тенденцію до зростання, що є позитивним для функціонування товариства та його подальшого розвитку.

Для глибшого аналізу здійснимо прогнозування одного із техніко-економічних показників, а саме доходу від реалізації продукції (послуг), оскільки цей показник вказує на розвиток товариства та впливає на формування чистого прибутку.

Прогнозування показника будемо здійснювати на основі трендового аналізу (лінійна, степенева, поліноміальна) та зобразимо на рис 2.3-2.4.

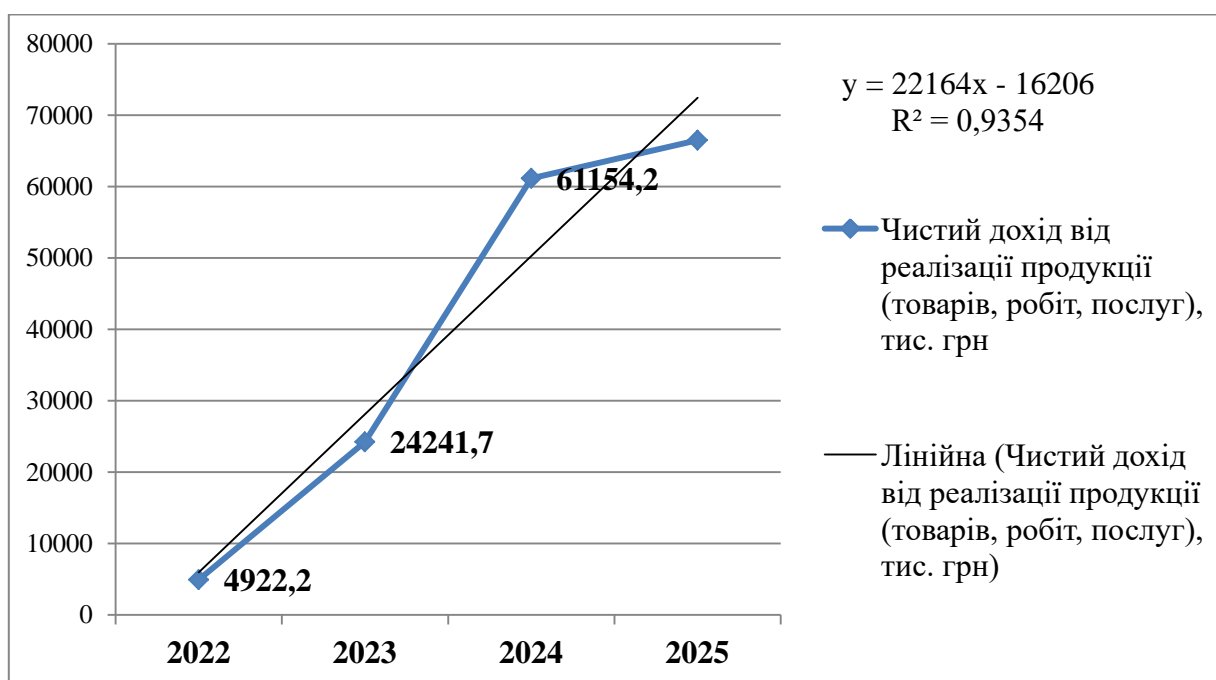


Рисунок 2.3 – Лінійна пряма тренду для прогнозування чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) ТОВ «АПЕР КОНСТРАКШН»

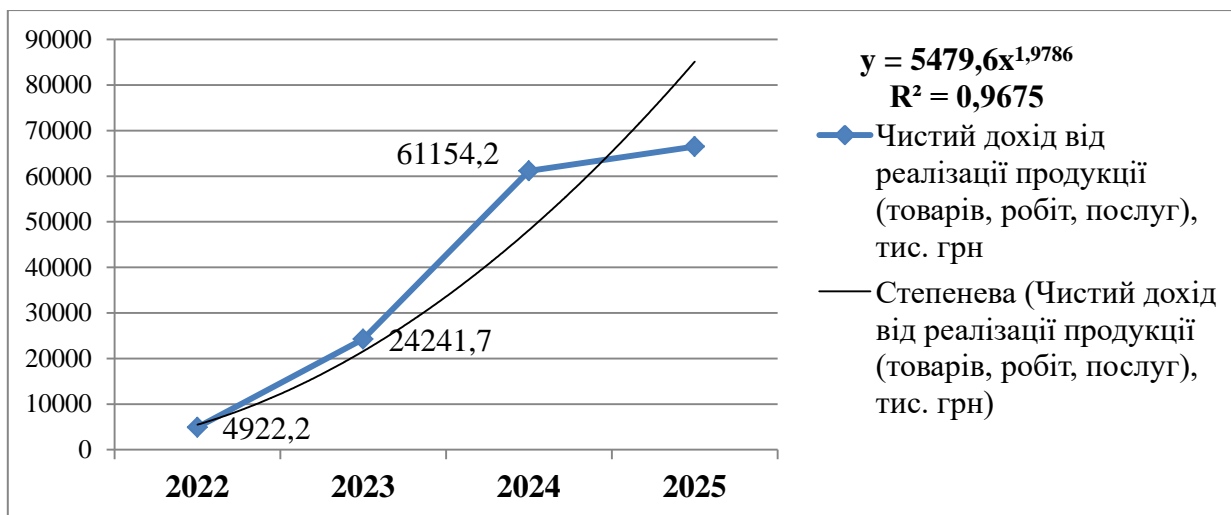


Рисунок 2.4 – Степенева пряма тренду для прогнозування чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) ТОВ «АПЕР КОНСТРАКШН»

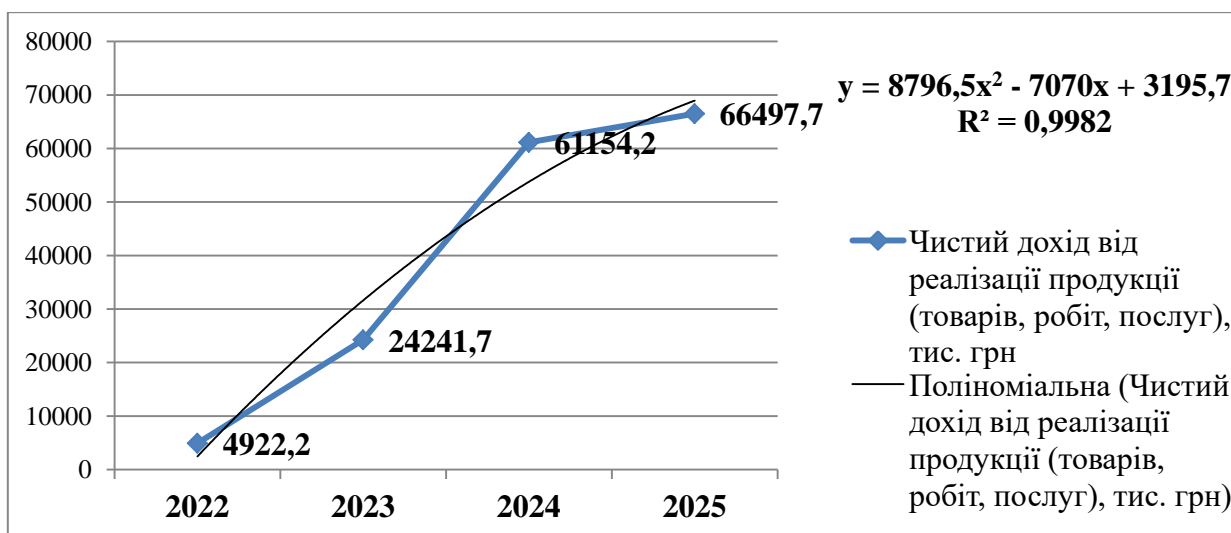


Рисунок 2.5 – Поліноміальна пряма тренду для прогнозування чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) ТОВ «АПЕР КОНСТРАКШН»

Оскільки коефіцієнт детермінації, який показує тісноту зв'язку між показниками є найбільшим за поліноміальною прямою тренду ($R^2 = 0,9982$), то прогнозування чистого доходу від реалізації продукції на 2025 рік здійснено саме за цією лінією, яке показало зростання цього показника, що є позитивною тенденцією для товариства і вказує на ефективну політику керівництва.

Проведено аналіз основних техніко-економічних показників діяльності одного із прямих конкурентів ТОВ «АПЕР КОНСТРАКШН», а саме приватного підприємства ПП «ТерраПроф», яка працює на ринку будівельних послуг з 2007 року та розташована у м. Стрий (табл. 2.4 та рис 2.6). Вихідні дані для аналізу наведено в додатку Б.

Таблиця 2.4 – Аналіз основних-техніко економічних показників діяльності ПП «ТерраПроф» за 2020-2024 роки

Показник	Роки	Абсолютне значення	Абсолютний приріст		Темп росту,%		Темп приросту,%	
			ланцюговий	базисний	ланцюговий	базисний	ланцюговий	базисний
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	2020	74 581,30	-	-	-	100	-	-
	2021	86 740,90	12 159,60	12 159,60	116,30	116,30	16,30	16,30
	2022	111 001,40	24 260,50	36 420,10	127,97	148,83	27,97	48,83
	2023	103 537,90	-7 463,50	28 956,60	93,28	138,83	-6,72	38,83
	2024	99 468,90	-4 069,00	24 887,60	96,07	133,37	-3,93	33,37
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	2020	69 067,10	-	-	-	100	-	-
	2021	77 229,00	8 161,90	8 161,90	111,82	111,82	11,82	11,82
	2022	101 574,50	24 345,50	32 507,40	131,52	147,07	31,52	47,07
	2023	90 921,60	-10652,90	21 854,50	89,51	131,64	-10,49	31,64
	2024	84 053,20	-6 868,40	14 986,10	92,45	121,70	-7,55	21,70
Фондовіддача грн/грн	2020	21,21	-	-	-	100,00	-	-
	2021	25,45	4,24	4,24	119,99	119,99	19,99	19,99
	2022	31,95	6,50	10,74	125,54	150,64	25,54	50,64
	2023	33,12	1,17	11,91	103,66	156,15	3,66	56,15
	2024	29,49	-3,63	8,28	89,04	139,04	-10,96	39,04
Продуктивність праці, тис. грн.	2020	776,89	-	-	-	100,00	-	-
	2021	867,41	90,52	90,52	111,65	111,65	11,65	11,65
	2022	1067,32	199,91	290,43	123,05	137,38	23,05	37,38
	2023	1294,22	226,90	517,33	121,26	166,59	21,26	66,59
	2024	1456,87	162,65	679,98	112,57	187,53	12,57	87,53
Чистий прибуток (збиток), тис. грн.	2020	584,6	-	-	-	100,00	-	-
	2021	1 531,80	947,20	947,20	262,03	262,03	162,03	162,03
	2022	1 205,60	-326,20	621,00	78,70	206,23	-21,30	106,23
	2023	2 351,20	1 145,60	1 766,60	195,02	402,19	95,02	302,19
	2024	819	-1 532,20	234,40	34,83	140,10	-65,17	40,10

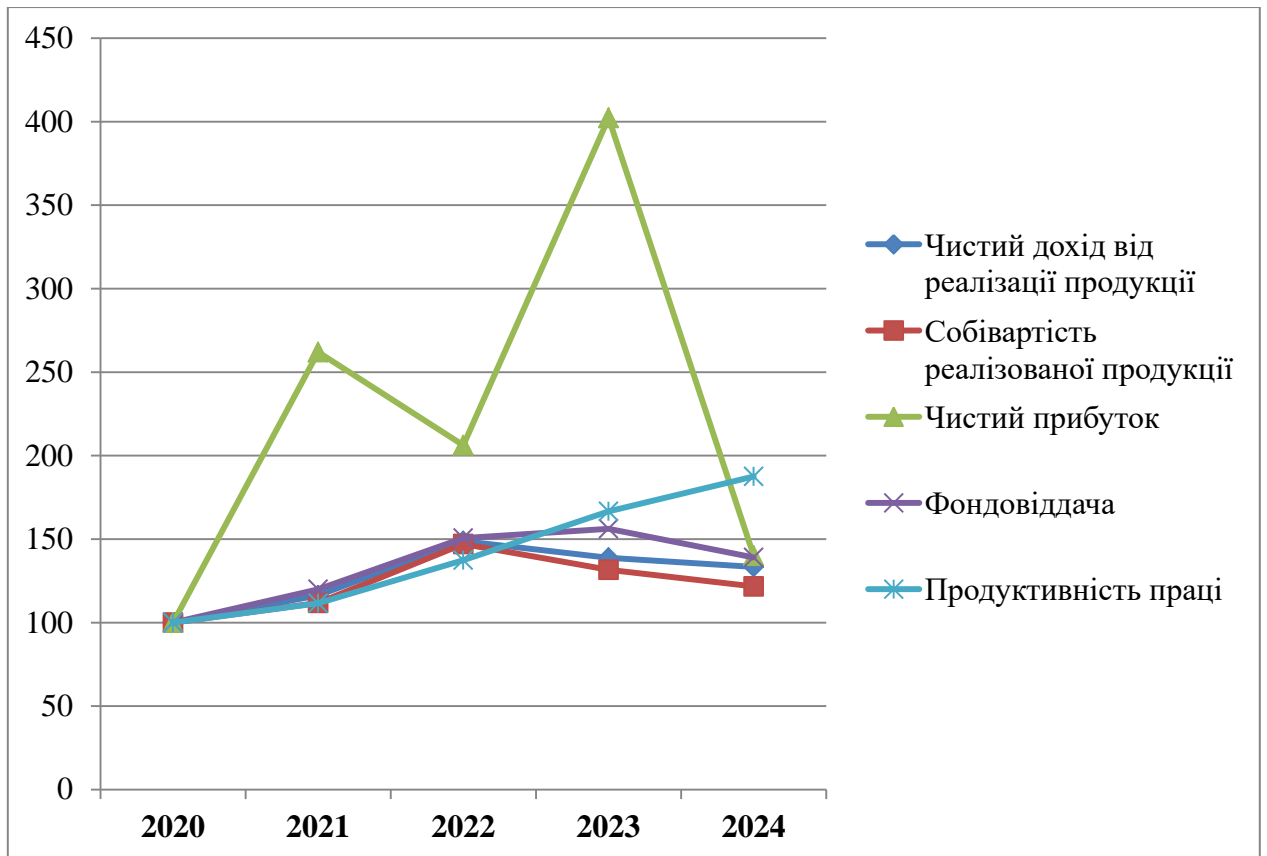


Рисунок 2.6 – Аналіз основних техніко-економічних показників діяльності ПП «ТерраПроф» за 2020-2024 роки

На основі проведено аналізу слід відмітити, що чистий дохід від реалізації продукції протягом аналізованого періоду у 2021-2022 роках мав тенденцію до зростання, однак з 2023 року поступово зменшується, проте у відсотковому співвідношенні у порівнянні із базовим 2020 роком цей показник зростає. Так, у 2021 році - на 116,3%, у 2022 році – на 148,83%, у 2023 році на 138,83% у 2024 році – на 133,37%. Зміна показника пов'язана із зниженням обсягів замовлень на послуг, які надає компанія, зокрема, це роботи по гідроізоляції, улаштування покрівель, терас, утеплення фасадів, покрівельні системи, появою нових конкурентів, однак суттєвий вплив мають військові дії в країні, що в повній мірі впливає на діяльність усіх суб'єктів господарювання без виключення .

Собівартість реалізованої продукції мала схожу тенденцію до показника чистого доходу. Протягом аналізованого періоду у 2021-2022 роках цей показник зростає, а в 2023-2024 роках –знижується. Проте у порівнянні із

2020 роком спостерігається тенденція до зростання показника. Так, у 2021 році на 111,82%, у 2022 році – на 147,07%, у 2023 році – на 131,64%, у 2024 році – на 121,7%. Зростання показника пов'язано із підняттям цін на сировину, будівельні матеріали тобто загальне зростання виробничих витрат, підвищенням заробітної плати працівників компанії, а від так, і сплатою відрахувань на соціальні заходи та ін.

Показник фондівдачі основних засобів мав тенденцію до зростання. Так у 2021 році він зріс на 119,99%, у 2022 році – на 150,64%, у 2023 році – на 156,15%, у 2024 році – на 139,04% у порівнянні із базовим 2020 роком. Зростання показника пов'язане із ефективним використанням власних (машин, устаткування, техніки) засобів для отримання доходу від надання послуг, їх оптимальною структурою.

Показник продуктивності праці на одного працівника протягом аналізованого періоду зростав. Так, у 2021 році він зріс на 111,65%, у 2022 році – на 137,38%, у 2023 році – на 166,59%, у 2024 році – на 187,53% у порівнянні із базовим 2020 роком. Це пов'язано із зміною чисельності працівників на підприємстві у 2020 році їх було 96 осіб, у 2021 році – 100 осіб, у 2022 році – 104 особи, у 2023 році - 80 осіб, а в 2024 році – 68 осіб. Зменшення кількості осіб пов'язано із міграційними процесами, які спостерігаються в країні та зменшення обсягів замовлень, що позначилось на показнику чистого доходу. Однак, дало зростання показника продуктивності праці.

Чистий прибуток підприємства протягом досліджуваного періоду зростав нерівномірно. Так, у 2021 році цей показник зріс на 262,03%, у 2022 році – на 206,23%, у 2023 році – на 402,19%, у 2024 році на 140,10% у порівнянні із 2020 роком. Зміна даного показника пов'язана із отриманим чистим доходом підприємством та собівартість реалізованих послуг, які у 2024 році знизились у порівнянні з попередніми періодами. Також на значення цього показника вплинули понесені компанією інші операційні витрати, зокрема послуги сторонніх організацій та інші витрати, зокрема,

адміністративні витрати, не включені до основних статей, витрати на зв'язок та програмне забезпечення, витрати на транспортні потреби (не прямі) (пальне для службового транспорту, обслуговування авто, дрібний ремонт, страхування транспортних засобів), консультаційні та юридичні послуги, інші виробничі та невиробничі витрати.

Загалом досліджувані техніко-економічні показники мають тенденцію до зростання. Проте поступове зниження чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) і відповідного чистого прибутку ПП «ТерраПроф» у 2023-2024 роках вказують на зменшення кількості замовлень або об'єктів у роботі, відкладення або скасування проєктів замовниками, посиленням конкуренції у даному сегменті, а також військовими діями в країні.

У наступному підрозділі проведемо аналіз та оцінку конкурентоспроможності будівельних підприємств, що дозволить врахувати низку економічних, організаційних, технічних та соціальних аспектів діяльності.

2.4 Аналіз та оцінка конкурентоспроможності підприємств будівельної галузі

Будівельні підприємства, які надають покрівельні, фасадні та гідроізоляційні послуги, формують важливий сегмент ринку, оскільки забезпечують надійність, довговічність і енергоефективність будівель. Оцінка їхньої конкурентоспроможності є необхідною для визначення здатності таких компаній утримувати позиції, удосконалювати технології та відповідати зростаючим вимогам клієнтів.

На основі опрацювання наукової літератури [48-50], думок експертів галузі та фахівців компаній, нами виокремлено критерії для оцінювання конкурентоспроможності 3-х підприємств, які працюють на ринку будівельних послуг, а саме, які виконують фасадні, покрівельні та гідроізоляційні роботи (табл. 2.5 та рис 2.7). Оцінка кожного критерію

здійснена за шкалою від 1 до 10 балів, де 1 – це найменший бал критерію, а 10 – найвищий бал.

Таблиця 2.5 – Вихідні дані для проведення оцінки рівня конкурентоспроможності будівельних підприємств

Критерії	Ранг фактора, %	ТОВ «Аппер Констракшн», бали	ПП «ТерраПроф», бали	ТОВ «СБМ Компані», бали
Репутація на ринку	12	8	8	6
Період діяльності	5	7	10	6
Терміни та своєчасність виконання робіт	12	8	7	6
Гнучкість цінової політики	8	7	9	8
Якість та технологічний рівень виконання робіт	18	9	8	7
Рівень кваліфікації персоналу	12	8	9	7
Ринкова позиція та ділова активність	12	9	8	5
Конкурентні переваги у сфері сервісу та організації роботи	8	9	7	8
Співпраця із компаніями - забудовниками	13	8	7	6

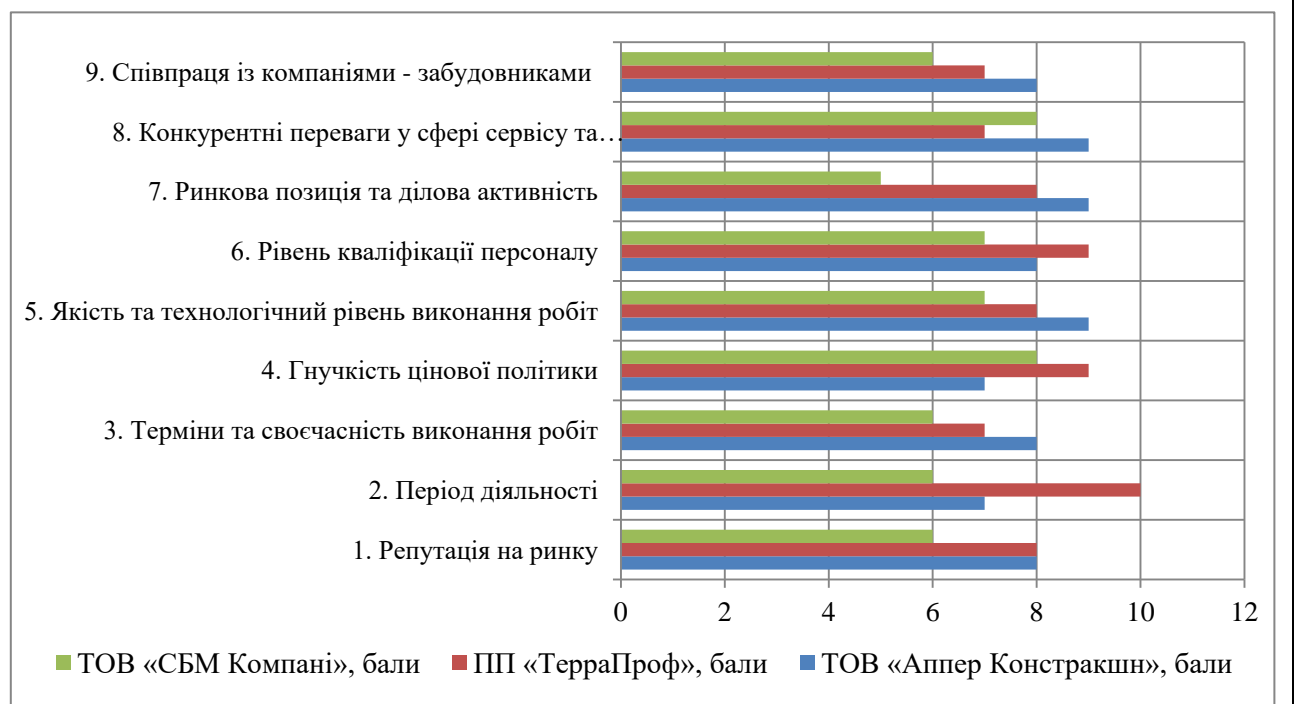


Рисунок 2.7 – Значення показників для оцінки рівня конкурентоспроможності будівельних підприємств залежно від критерію

Період діяльності. Тривалість часу, протягом якого підприємство працює на ринку, свідчить про його стабільність і досвід. Довгий період діяльності підвищує довіру замовників, адже компанія демонструє здатність витримувати конкуренцію, адаптуватись до змін та підтримувати якість послуг упродовж років (вага фактора - 5%, оскільки досвід діяльності має значення, проте не є визначальним чинником).

Терміни та своєчасність виконання робіт. Оцінює пунктуальність та дисципліну підприємства. У будівництві затримки часто ведуть до фінансових втрат, тому здатність виконувати роботи в узгоджені строки є важливою конкурентною перевагою. Враховується дотримання графіків, точність планування, наявність достатніх ресурсів для оперативного реагування (вага фактора – 12%, оскільки впливає на довіру з боку замовників у виконанні взятих зобов'язань).

Гнучкість цінової політики. Показує, наскільки компанія може підлаштовуватися під потреби клієнта без втрати прибутковості. Це може включати індивідуальні знижки, можливість поетапної оплати, розробку альтернативних проектних рішень, різні пакети послуг. Гнучкість дозволяє підприємству залучати ширший сегмент клієнтів і підвищувати конкурентоспроможність (вага фактора - 8%, показує здатність компанії залучати клієнтів та враховувати їх потреби і можливості).

Якість та технологічний рівень виконання робіт. Характеризує відповідність технічним нормам та використання сучасних матеріалів і технологій. У сфері покрівельних, фасадних і гідроізоляційних робіт це включає дотримання технологій монтажу, використання сертифікованих матеріалів, застосування спеціалізованого обладнання. Висока якість робіт формує довгострокову довіру (вага фактора 18% - один з основних критеріїв конкурентоспроможності, оскільки показує можливості компанії як використовувати сучасні технології, так і приймати виважені технологічні рішення).

Рівень кваліфікації о персоналу. Важливий критерій, оскільки якість робіт напряду залежить від професіоналізму працівників. Оцінюється досвід, освіта, наявність профільних сертифікатів, навички роботи з сучасними технологіями. Для таких робіт, як гідроізоляція чи монтаж фасадних систем, кваліфікація персоналу є критичною через складність технологічних процесів (вага фактора – 12% - визначає якість, терміни виконання робіт).

Ринкова позиція та ділова активність. Відображає масштаби діяльності та здатність компанії залучати нові замовлення. Серед показників: обсяг виконаних робіт, темпи зростання, частка ринку, кількість контрагентів, участь у тендерах. Активна компанія швидше адаптується до змін, розширює клієнтську базу та формує сильніші конкурентні переваги (вага фактора – 12%., відображає вагу компанії на ринку її розміри).

Конкурентні переваги у сфері сервісу та організації роботи. Показує, наскільки зручно та ефективно компанія взаємодіє з клієнтом. Сюди входять: швидкість реагування на запити, прозорість кошторисів, наявність післягарантійного обслуговування, організація робіт на майданчику, культурний рівень комунікації, готовність адаптувати проекти під потреби замовника. Високий рівень сервісу часто стає вирішальним фактором при виборі виконавця (вага фактора – 8%, оскільки цей критерій є важливим для роботи з клієнтами, особливо у майбутньому) .

Співпраця із великими компаніями-забудовниками. Цей критерій оцінює, наскільки підприємство інтегроване у великі будівельні проекти та має стабільні, довгострокові партнерські відносини з відомими забудовниками чи генеральними підрядниками. Наявність таких контрактів свідчить про високий рівень довіри до компанії, її здатність працювати за строгими стандартами якості, дотримуватися вимог безпеки та виконувати роботи у великих обсягах. Співпраця з великими забудовниками забезпечує компанії стабільний потік замовлень, підвищує її статус на ринку, відкриває можливості участі у масштабних інвестиційних проектах та формує значну

конкурентну перевагу (вага фактора – 13%, оскільки свідчить про рівень довіри до компанії та її стабільність).

На основі методу бальних оцінок (методика розрахунку наведена у розділі 1 роботи) проведемо розрахунок зважених оцінок та на цій основі інтегрального індексу конкурентоспроможності для кожної із досліджуваних компаній (табл. 2.6)

Таблиця 2.6 – Результати розрахунку інтегрального показника конкурентоспроможності будівельних підприємств.

Критерії	Зважена оцінка		
	ТОВ «Аппер Констракшн»	ПП «ТерраПроф»,	ТОВ «СБМ Компані»
Репутація на ринку	0,96	0,96	0,72
Період діяльності	0,35	0,5	0,3
Терміни та своєчасність виконання робіт	0,96	0,84	0,72
Гнучкість цінової політики	0,56	0,72	0,64
Якість та технологічний рівень виконання робіт	1,62	1,44	1,26
Рівень кваліфікації персоналу	0,96	1,08	0,84
Ринкова позиція та ділова активність	1,08	0,96	0,6
Конкурентні переваги у сфері сервісу та організації роботи	0,72	0,56	0,64
Співпраця із компаніями - забудовниками	1,04	0,91	0,78
Інтегральний показник конкурентоспроможності	8,25	7,97	6,5

Інтегральний показник конкурентоспроможності дозволяє оцінити конкурентні можливості компанії на ринку та її привабливість для клієнтів та замовників. Він являє собою добуток вагомості фактора (ранг фактора) на значення оцінки за кожним із критеріїв прийнятих до аналізу.

За результатами проведеного дослідження побудуємо багатокутник конкурентоспроможності (рис 2.8).

Слід відмітити, багатокутник конкурентоспроможності - один із методів, який оцінює здатність продукту/послуги чи компанії конкурувати з

подібними компаніями та визначити своє місце серед інших учасників ринку. Він належить до графічних методів оцінювання конкурентоспроможності та дозволяє визначити переваги або недоліки у наданні послуг та знайти слабкі місця бізнесу, які потрібно посилити.

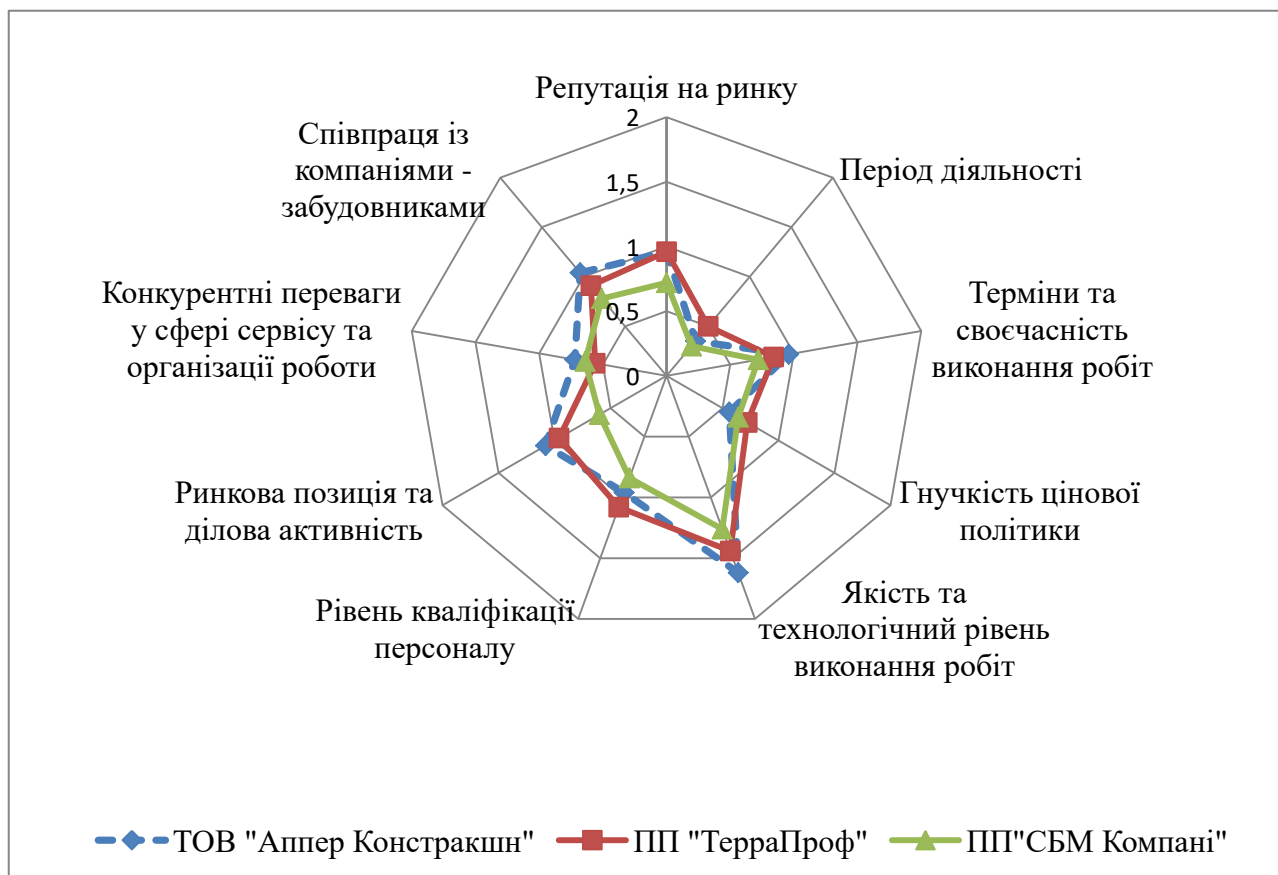


Рисунок 2.8 – Багатокутник конкурентоспроможності будівельних підприємств

Провівши аналіз конкурентоспроможності трьох будівельних підприємств, можна відмітити, ТОВ «АППЕР КОНСТРАКШН» має найбільше значення досліджуваного показника – 8,25, це вказує на те, що компанія має відмінну репутацію на ринку, високу якість виконаних робіт, співпрацю із забудовник, зокрема із компанією «Благо». Разом з тим підприємству доцільно й надалі підтримувати та розвивати наявні конкурентні позиції, удосконалюючи організаційні та технологічні аспекти діяльності.

ПП «ТерраПроф» згідно проведених розрахунків має значення показника на рівні 7,97. Компанія серед аналізованих підприємств має тривалий період

діяльності на ринку (близько 18 років), а від так і сформовану репутацію, високий рівень кваліфікації персоналу. Водночас аналіз виявив потребу в покращенні термінів та своєчасності виконання робіт, а також підвищенні рівня сервісу та організаційної взаємодії з клієнтами, оскільки за цими критеріями спостерігаються найнижчі оцінки.

ТОВ «СБМ Компані» за результатами проведених розрахунків має найнижче значення показника конкурентоспроможності – 6,5, компанія розпочала свою діяльність у 2023 році тобто вона є новачком на ринку будівельних послуг, проте вдало формує свою репутацію, чітко дотримується термінів виконання робіт, має достатньо високу якість та технологічний рівень виконання робіт. Це дозволяє стверджувати, що за умови подальшого розвитку та розширення клієнтської бази підприємство має потенціал зміцнити свою позицію на ринку будівельних послуг..

Висновки до розділу 2

На основі інформації наведеної у розділі можна зробити наступні висновки:

ТОВ «АПЕР КОНСТРАКШН» зарекомендувало себе як надійний партнер, що виконує широкий спектр будівельно-оздоблювальних та гідроізоляційних робіт на об'єктах різного призначення. Перелік реалізованих проєктів компанії охоплює як туристично-рекреаційні комплекси, так і житлові та громадські будівлі, зокрема Аквапарк «Мавка», Готелі Mountain Residence Wellness and SPA, «Маріон», «Тавель», ЖК «Крайобраз», Делятинський ліцей №1, Парк розваг Гедзьо та інші об'єкти у Поляниці, Яремче й Делятині. У процесі виконання робіт підприємство застосовує сучасні матеріали та технології. Дотримання технологічних вимог, акуратність виконання та широкий досвід роботи на різнопланових об'єктах свідчать про професійність та компетентність компанії. Загалом, діяльність ТОВ «АПЕР КОНСТРАКШН» демонструє послідовний розвиток підприємства та його

здатність успішно реалізовувати складні інженерні й опоряджувальні проекти.

Проведений аналіз зовнішніх і внутрішніх факторів показав, що діяльність будівельних підприємств, зокрема, ТОВ «АПЕР КОНСТРАКШН», значною мірою залежить від економічної ситуації, політико-правової стабільності, технологічних змін та конкурентного середовища. Зовнішні умови формують як можливості для розвитку, так і суттєві загрози, серед яких особливо вагомими є воєнні дії, інфляційні процеси та зростання вартості ресурсів. У той же час внутрішній потенціал компанії, що проявляється у кваліфікації персоналу, досвіді виконання складних будівельних робіт та ефективній співпраці з постачальниками й партнерами, забезпечує конкурентні переваги на регіональному ринку.

Проведений PESTLE-аналіз свідчить, що ТОВ «АПЕР КОНСТРАКШН» працює в умовах значного політичного та економічного тиску, пов'язаного з воєнними подіями, коливаннями цін і нестабільністю інвестиційного середовища. Водночас соціальні тенденції, технологічний прогрес та активний розвиток будівельного ринку в регіоні створюють суттєві можливості для зростання підприємства. Дотримання правових вимог та впровадження екологічних стандартів сприяють підвищенню якості робіт і довірі клієнтів. Загалом врахування виявлених факторів дозволяє підприємству формувати адаптивну стратегію розвитку та зміцнювати свої конкурентні позиції на ринку будівельних послуг

Здійснено SWOT-аналіз діяльності ТОВ «АПЕР КОНСТРАКШН», який свідчить про перевагу сильних сторін над слабкими, що дає підприємству можливість підтримувати стабільність і нарощувати свій потенціал. Водночас несприятливі зовнішні умови потребують обережного стратегічного планування, орієнтованого на посилення внутрішніх ресурсів і мінімізацію ризиків у майбутньому.

Аналіз техніко-економічних показників продемонстрував, що діяльність ТОВ «АПЕР КОНСТРАКШН» у 2022-2024 роках характеризується зростанням чистого доходу, прибутку, продуктивності праці та ефективності

використання основних засобів, що свідчить про активний розвиток та нарощування обсягів робіт. Зростання собівартості послуг зумовлено подорожчанням матеріалів та виробничих витрат, однак підприємству вдалося забезпечити ріст чистого прибутку та підвищити ефективність виробничих процесів.

Для ПП «ТерраПроф» характерною є більш стабільна, але нерівномірна динаміка: показники мали тенденцію до зростання у 2020-2022 роках, однак у 2023-2024 роках компанія зіткнулася зі зниженням чистого доходу та коливаннями прибутковості через падіння попиту та вплив зовнішніх економічних факторів. Незважаючи на це, продуктивність праці та фондоддача ПП «ТерраПроф» продовжували зростати, що свідчить про ефективне використання основних засобів та оптимізацію кадрової структури. Загалом результати аналізу підтверджують вищі темпи розвитку та розширення діяльності ТОВ «АПЕР КОНСТРАКШН» порівняно з ПП «ТерраПроф», що визначає сильніші конкурентні позиції першого підприємства на ринку будівельних послуг.

На основі аналізу конкурентоспроможності трьох будівельних підприємств можна зробити висновок, що кожна з компаній займає своє місце на ринку та має як сильні сторони, так і напрями для вдосконалення. Найвищий інтегральний показник отримало ТОВ «АПЕР КОНСТРАКШН», що свідчить про стабільні конкурентні позиції, високу якість виконання робіт та наявність партнерських відносин з великими забудовниками. ПП «ТерраПроф» демонструє достатньо сильні результати завдяки значному досвіду роботи та сформованій репутації, проте потребує підвищення ефективності сервісу та своєчасності виконання робіт. ТОВ «СБМ Компані», незважаючи на найнижчий результат, має значний потенціал розвитку: компанія активно формує ринкову позицію, дотримується високих стандартів якості та демонструє перспективність як нового учасника ринку. Загалом, результати оцінки показують різний рівень конкурентоспроможності, що обумовлено досвідом, ринковою зрілістю та специфікою діяльності підприємств.

РОЗДІЛ 3

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ

3.1 Стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємств будівельної галузі

У сучасних умовах високої конкуренції, економічної нестабільності та змін технологічного середовища будівельні підприємства потребують ефективного стратегічного управління, спрямованого на забезпечення їх конкурентоспроможності та довгострокового розвитку. Для ТОВ «АПЕР КОНСТРАКШН» стратегічне управління є одним із ключових інструментів формування стійких ринкових позицій, нарощування виробничих можливостей, залучення нових клієнтів та збереження конкурентних переваг. У рамках стратегічного підходу підприємство повинно забезпечувати системність, послідовність та адаптивність своїх управлінських рішень, враховуючи внутрішні можливості та зовнішні виклики [51-52].

Стратегічне управління конкурентоспроможністю передбачає проходження низки послідовних етапів, які формують логічну модель прийняття рішень (рис 3.1).

Перший етап стратегічного управління передбачає комплексний аналіз факторів зовнішнього та внутрішнього функціонування підприємств, а також дослідження його внутрішнього потенціалу. Метою цього етапу є визначення факторів, що впливають на конкурентоспроможність, оцінка їх інтенсивності та можливих наслідків для функціонування підприємства.

Так, для ТОВ «АПЕР КОНСТРАКШН» як і для більшості компаній які працюють у сфері будівництва зовнішнє середовище характеризується значним впливом економічних чинників (інфляція, подорожчання будівельних матеріалів, валютні коливання), політичних ризиків (воєнні дії та їх наслідки), технологічних можливостей (поява нових матеріалів і методів

гідроізоляції, фасадних систем, покрівельних технологій), соціально-демографічних тенденцій (дефіцит кваліфікованої робочої сили).

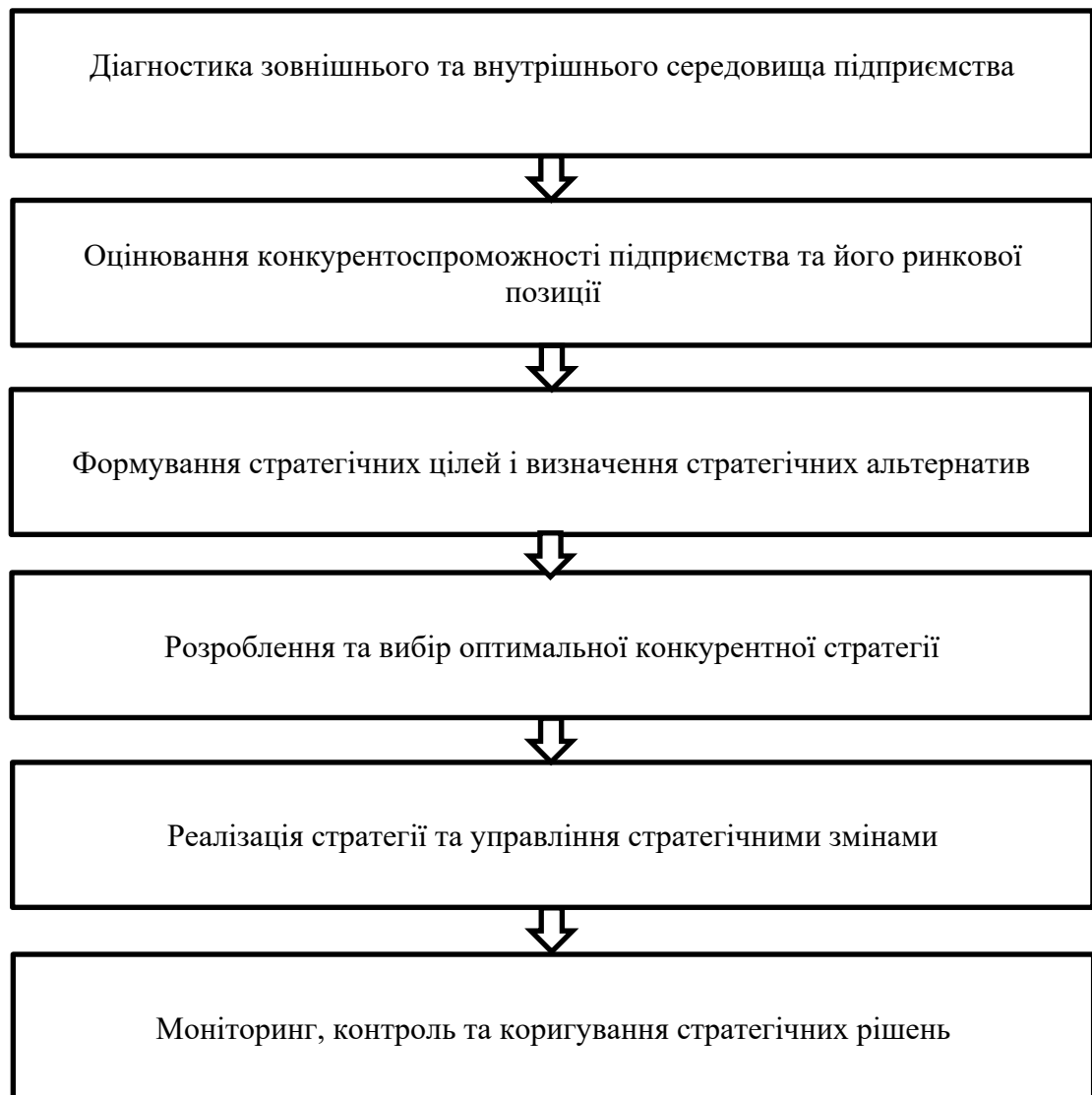


Рисунок 3.1 - Етапи стратегічного управління конкурентоспроможністю будівельних підприємств

Водночас внутрішнє середовище підприємства характеризується такими ключовими сильними сторонами, як досвід виконання складних будівельно-ремонтних проєктів; високий рівень технологічного забезпечення; кваліфікований персонал; співпраця з великими девелоперськими компаніями («Благо»); позитивна репутація на регіональному ринку.

До слабких сторін можна виділити: обмежена географія діяльності; недостатня маркетингова активність; залежність від субпідрядних робіт.

Таким чином, діагностика зовнішнього й внутрішнього середовища дозволяє визначити як потенційні ризики, так і можливості розвитку підприємства.

Другий етап передбачає кількісну та якісну оцінку конкурентних можливостей через порівняння з ключовими суперниками. Визначення ринкової позиції передбачає: оцінка ринкової частки підприємства; визначення сегменту (житлове, комерційне, приватне будівництво; покрівельні, фасадні, гідроізоляційні роботи); позиціонування відносно конкурентів.

На цьому етапі формується об'єктивна картина про те, в яких сферах підприємство сильне, а де потребує удосконалення.

У межах дослідження було проведено оцінку конкурентоспроможності підприємства за дев'ятьма критеріями, включаючи репутацію, якість робіт, технологічний рівень, цінову політику, кваліфікацію персоналу, сервісну складову, ділову активність та співпрацю з девелоперами.

Результати порівняння ТОВ «АПЕР КОНСТРАКШН» із ПП «ТерраПроф» та ТОВ «СБМ Компані» показали, що досліджуване підприємство має найвищий інтегральний показник конкурентоспроможності - 8,25, що свідчить про його сильні ринкові позиції у таких напрямках, як якість та технологічність виконання робіт, репутація, ділова активність та партнерські відносини.

На основі діагностики зовнішнього та внутрішнього середовища, а також оцінки конкурентоспроможності підприємства формуються стратегічні цілі та пріоритети діяльності підприємства. Вони повинні бути конкретними, вимірюваними, реалістичними і прив'язаними до часових рамок. Стратегічні цілі компанії можуть включати: вихід у нові географічні сегменти; за можливості зменшення тривалості виконання робіт; зниження виробничих витрат; підвищення кваліфікації працівників; збільшення портфеля замовлень.

Стратегічні альтернативи можуть включати: альтернативи технологічного розвитку (впровадження нових матеріалів, автоматизація); альтернативи ринкового розширення (нові регіони, нові сегменти); альтернативи позиціонування (преміум-сегмент, вузька спеціалізація); альтернативи партнерства (співпраця з девелоперами, підрядниками, постачальниками).

На цьому етапі підприємства будівельної галузі аналізують різні сценарії розвитку та обирає найбільш доцільні напрями.

Так, для ТОВ «АПЕР КОНСТРАКШН» основними стратегічними цілями є: розширення спектру послуг (впровадження нових технологій фасадного оздоблення, інноваційних систем гідроізоляції); підвищення технологічного рівня через автоматизацію та цифровізацію процесів; вихід на ринки інших областей Західної України (Львівська, Тернопільська); підвищення впізнаваності бренду шляхом посилення комунікацій через соціальні мережі та месенджери.

Стратегічні альтернативи можуть включали: розвиток компанії за рахунок розширення географії; поглиблення спеціалізації; партнерські програми з девелоперами; інвестиції у бренд компанії.

На наступному етапі здійснюється розробка та вибір оптимальної конкурентної стратегії, яка найкраще узгоджується із можливостями та загрозами. Тобто обирається тип стратегії, яка дозволить підприємству зміцнити конкурентні позиції. Для будівельних підприємств найбільш поширеними є:

Стратегія диференціації (висока якість робіт, сучасні матеріали, інноваційні технології, BIM-проекування);

Стратегія лідерства за витратами (оптимізація процесів, мінімізація витрат, підвищення ефективності використання техніки);

Стратегія фокусування (спеціалізація: лише покрівельні роботи, лише гідроізоляція, лише фасади або зведення житлових та не житлових приміщень);

Інноваційна стратегія (впровадження нових методів будівництва, цифровізації, екологічних матеріалів);

Стратегія партнерства й кооперації (співпраця з великими девелоперами, підрядниками, постачальниками).

Стратегія має відповідати можливостям підприємства та умовам ринку.

На наш погляд, для ТОВ «АПЕР КОНСТРАКШН» оптимальною є стратегія диференціації та інноваційного розвитку, оскільки товариство конкурує не ціною, а: високою якістю робіт; технологічною складністю проєктів; комплексністю послуг; партнерськими програмами з девелоперами.

Основні напрями обраної стратегії:

- активне впровадження нових технологій гідроізоляції та фасадних систем;
- підвищення сервісної складової (гарантія, консультації);
- формування сильного бренду шляхом демонстрації успішних кейсів;
- розвиток конкурентних переваг у роботі зі складними об'єктами (готелі, парки, ЖК).

Наступним етапом стратегічного управління конкурентоспроможністю є реалізація стратегії та управління стратегічними змінами. Передбачає розроблення конкретних заходів у таких напрямках:

Технологічний напрям: модернізація обладнання; впровадження CAD/BIM-технологій; оптимізація логістики матеріалів; розвиток інноваційних методів гідроізоляції та фасадних систем.

Маркетинговий напрям: посилення присутності в цифровому та медійному просторі; формування портфоліо проєктів; подальший розвиток співпраці з девелоперськими компаніями; розроблення інструментів управління репутацією.

Фінансовий напрям: оптимізація витрат і закупівель; створення резервного фонду для роботи в умовах економічної нестабільності.

Завершальний етап - це моніторинг, контроль та коригування стратегічних рішень, який передбачає постійний контроль виконання стратегії,

оцінювання ефективності та своєчасне коригування рішень. Для будівельної галузі ефективним є використання ключових показників ефективності (КРІ). Для цього ТОВ «АППЕР КОНСТРАКШН» такі показниками можуть охоплювати фінансові, виробничі, маркетингові та кадрові аспекти діяльності, зокрема: дотримання строків; рівень задоволеності клієнтів; відсоток повторних замовлень; обсяги реалізованих робіт; прибутковість/рентабельність проектів,

Таким чином, реалізація наведених етапів стратегічного управління конкурентоспроможністю дозволить сформувати цілісний підхід до розвитку ТОВ «АППЕР КОНСТРАКШН» забезпечити його стійкість, адаптивність і здатність до тривалого зростання. Чітке розуміння кожного етапу та їх комплексна реалізація дають можливість підприємству посилювати свої конкурентні переваги, ефективно використовувати ресурси та утримувати міцні позиції на ринку будівельних послуг.

3.2 Напрями підвищення конкурентоспроможності ТОВ «АППЕР КОНСТРАКШН»

Підвищення конкурентоспроможності будівельних підприємств потребує системного підходу, який поєднує технологічні, організаційні, маркетингові рішення. На основі результатів аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища діяльності ТОВ «АППЕР КОНСТРАКШН», думок експертів галузі, оцінювання його конкурентних позицій, PESTLE-аналізу та SWOT-аналізу, сформовано перелік напрямів, спрямованих на зміцнення ринкових можливостей, оптимізацію виробничих процесів і підвищення ефективності функціонування. Запропоновані рекомендації враховують специфіку діяльності підприємства, наявні ресурси та потенціал і стратегічні перспективи розвитку.

Серед напрямів підвищення технологічного рівня конкурентоспроможності варто виділити такі:

1. Розширення використання сучасних мембранних систем: впровадження ПВХ-мембран преміум-сегменту (SOPREMA, Sika, Fatra); застосування ТРО-мембран для об'єктів зі складними умовами експлуатації; розвиток технологій механічного монтажу мембрани.

2. Використання композитних фасадних систем: впровадження вентиляованих фасадів з алюмінієвих композитних панелей; застосування сучасних утеплювачів PIR, XPS, мінеральної вати високої щільності. Це дозволить підприємству конкурувати у сегменті преміальних фасадних систем.

3. Розвиток технологій ін'єкційної гідроізоляції: застосування поліуретанових, акрилатних та епоксидних композицій; закупівля високотискових ін'єкційних насосів; навчання спеціалістів роботі з різними матеріалами. Ін'єкційна гідроізоляція формує преміальну нішу, у якій конкуренція є низькою.

4. Впровадження BIM-технологій та цифрового проектування: 3D-моделювання фасадів, покрівель та вузлів гідроізоляції; автоматичний розрахунок матеріалів та кошторису; зменшення помилок у плануванні. Це дозволить підвищити швидкість підготовки комерційних пропозицій тв. точність проектних рішень.

5. Механізація та автоматизація виробничих процесів: придбання професійних теплових гармат для зимового монтажу; використання промислових будівельних фенів, лазерних вимірювачів, автоматичних змішувачів складів; покращення технічного парку підприємства. Ефект від реалізації такого напрямку дозволить зменшити час на виконання робіт до 20-30% та підвищити їх точність.

Наступний напрям пов'язаний із удосконаленням організації виробництва та управління проектами:

1. Впровадити систему управління проектами (Project Management System): використання програм: Bitrix24, PlanRadar, Zoho Projects або Trello; створення єдиного середовища для бригад, інженерів і керівництва;

оперативний контроль строків, робочих завдань та бюджету. Це мінімізує затримки та покращує комунікацію.

2. Впровадити систему контролю якості “Quality Check”: створення чек-листів для всіх типів робіт (фасад, покрівля, гідроізоляція); призначення відповідальних за технічний нагляд; фото-фіксація етапів монтажу. Це дозволить підвищити довіру замовників.

3. Стандартизувати виробничі процеси: формування внутрішніх регламентів виконання кожного виду робіт; уніфікація технологічних карт; оптимізація логістики будівельних матеріалів. Це дозволить усунути розбіжності у роботі будівельних бригад та забезпечить стабільний результат.

4. Розробити систему управління ризиками на об'єктах: оцінка технічних ризиків; прогноз сезонних ризиків; план реагування у разі форс-мажорів.

Це особливо актуально під час роботи в гірських районах області.

Наступним напрямом підвищення конкурентоспроможності є оптимізація взаємодії із замовниками, постачальниками та партнерами, зокрема:

1. Взаємодія з замовниками: створення відділу клієнтської підтримки; розробка стандартів обслуговування клієнтів; регулярне інформування замовника про хід робіт; впровадження CRM-системи для обліку клієнтів.

2. Робота з постачальниками: укладання довгострокових контрактів з фіксованими цінами; диверсифікація постачальників мембран та гідроізоляційних матеріалів; створення складського запасу ключових матеріалів.

3. Співпраця з партнерами: розвиток та розширення співпраці з девелоперами, пошук нових партнерів та розширення діяльності на сусідні регіони; формування партнерської програми для дизайнерів і архітекторів. Це дозволяє підвищити сталість замовлень і прибутковість діяльності.

Важливим напрямом підвищення конкурентоспроможності є покращення маркетингової діяльності та брендингу підприємства, оскільки це впливає на репутацію та забезпечує збільшення кількості клієнтів, зокрема:

1. Розширити офіційний сайт: розширений розділ «Послуги» та встановити калькулятор попереднього розрахунку вартості робіт.
2. Активізувати присутність у соціальних мережах: Instagram, Facebook, TikTok, YouTube; відео-огляди об'єктів; демонстрація технологічних процесів.
3. Запустити контекстну рекламу: Google Ads; таргетинг у соцмережах.
4. Посилити брендинг: брендований спецодяг; брендovanі авто.
5. Взяти участь у галузевих виставках та форумах.

Ще одним напрямом на який варто звернути увагу підприємству аби підвищити свою конкурентоспроможність - це формування програми розвитку персоналу та формування власних будівельних бригад. Компанія співпрацює із будівельними бригадами на умовах укладання договорів цивільно-правового характеру, які мають тимчасову дію. Це дозволяє їй економити кошти на персонал у період спаду замовлень і активно залучати працівників, у період наявності та збільшення замовлень. Такі дії мають несут певний ризик, оскільки компанії важко підібрати відповідного рівня персонал в сьогоdnішніх умовах. Тому компанії варто здійснити розробку програми розвитку персоналу, зокрема, пропонується:

1. Формування власних бригад (3–4 спеціалізовані команди): з чітким поділом працівників на виконання фасадних робіт; гідроізоляційних робіт та покрівельних робіт.
2. Навчання та сертифікація працівників: тренінги від виробників (Sika, SOPREMA, Baumit); інструктажі, курси з техніки безпеки; навчання роботі з новітніми матеріалами.
3. Впровадження мотиваційної системи: бонуси за якість і строки; можливість кар'єрного зростання; премії за відсутність рекламацій.

4. Створення кадрового резерву: стажування майстрів; співпраця з будівельними училищами та технічними університетами.

Реалізація зазначених напрямів дозволить компанії зміцнити свої ринкові позиції, підвищити якість та швидкість виконання будівельних робіт і забезпечити стабільність навіть в умовах економічної нестабільності. Окрему увагу приділено впровадженню сучасних технологій, цифрових інструментів управління та формуванню власних професійних бригад, що сприятиме зниженню залежності від субпідрядників. Розвиток маркетингової діяльності та посилення бренду потенційно збільшать кількість нових клієнтів та рівень впізнаваності компанії. Загалом, реалізація окреслених напрямів формує стійку стратегічну основу для довгострокового розвитку та підвищення конкурентоспроможності підприємства на ринку будівельних послуг.

3.3 Обґрунтування доцільності впровадження заходів та розрахунок їх впливу на основні показники ТОВ «АППЕР КОНСТРАКШН»

Підвищення конкурентоспроможності будівельного підприємства потребує впровадження комплексних заходів, здатних забезпечити стійке зростання та адаптацію до умов нестабільного ринку. Для ТОВ «АППЕР КОНСТРАКШН» актуальним є посилення своїх ринкових позицій шляхом впровадження ряду заходів щодо удосконалення організаційного та маркетингового потенціалу, що відповідає виявленим у процесі аналізу можливостям і загрозам. Обґрунтування запропонованих заходів дозволяє визначити їх економічну та стратегічну ефективність, а також можливий вплив на ключові показники діяльності підприємства.

1. Підсилення маркетингової діяльності та брендингу підприємства.

Ефективна маркетингова політика є одним із ключових факторів підвищення конкурентоспроможності будівельного підприємства. Для ТОВ

«АППЕР КОНСТРАКШН» особливого значення набуває розвиток цифрового просування, оскільки саме сучасні онлайн-канали формують впізнаваність бренду та забезпечують стабільний потік нових клієнтів.

На основі опитування фахівців компанії пропонується формування маркетингового бюджету на рівні 200 тис грн./ рік. Це середній розмір бюджету для компаній сфери будівництва на кшталт ТОВ «АППЕР КОНСТРАКШН».

Сформуємо орієнтовний маркетинговий бюджет, який на наш погляд, дасть значний ефект для підприємства (табл. 3.1).

Таблиця 3.1 – Маркетинговий бюджет ТОВ «АППЕР КОНСТРАКШН»

Статті витрат	Сума, тис. грн./ рік	Призначення
Digital-просування (соцмережі, таргетинг, контент)	80	Основний канал, що забезпечує впізнаваність, поширення інформації про компанію
Участь у виставках, форумах, партнерських заходах	40	Розширення співпраці з B2B-клієнтами
Розвиток сайту	20	Підвищення конверсії заявок з Google та регіонального пошуку
Створення професійного контенту (фото, відео, монтаж)	30	Необхідний для соцмереж, формує довіру
Розвиток брендингу (одяг, банери на об'єктах)	30	Підвищення впізнаваності серед партнерів та на локаціях
Всього	200	

Охарактеризуємо статті витрат які включені до маркетингового плану: Digital-просування (соціальні мережі, таргетинг, контент) – 80 тис. грн., включає таргетовану реклама в TikTok, Instagram, Facebook; просування коротких відео з об'єктів (гідроізоляція, фасади, покрівля); аналітику рекламних кампаній.

Для малого/середнього будівельного підприємства бюджет у 6–8 тис. грн/міс. дозволяє стабільно отримувати від 5-15 заявок/міс. Найбільший ефект дає TikTok, де: найнижча вартість показів; добре заходить контент формату «до/після» та демонстрація технологій.

Участь у виставках, форумах, партнерських заходах - 40 тис. грн / рік, ця стаття включає участь представників компанії у регіональних виставках (Івано-Франківськ, Львів, Тернопіль); друк презентаційних матеріалів; корпоративні заходи для партнерів (презентації технологій, демонстрації мембран/фасадів).

Для будівельної компанії ці заходи - ключовий канал B2B-договірних угод. Саме тут формується довіра серед великих замовників, від яких залежить до 60% щорічних оборотів.

Розвиток сайту - 20 тис. грн / рік. Ця стаття включає: оновлення/доповнення інформації, розширення розділу «Послуги»; встановлення калькулятора попереднього розрахунку вартості робіт; налаштування Google Business, Google Maps.

Слід відмітити, що у будівельній сфері до 30% клієнтів перед зверненням шукають підрядника у Google, навіть якщо знайшли побачене відео в соцмережі.

Інвестиції у розвиток сайту забезпечує: +20-35% до кількості заявок; зниження вартості залучення клієнта у 1,5-2 рази; зростання довіри до компанії.

4. Створення професійного контенту (фото, відео, монтаж) — 30 тис. грн / рік. Ця стаття включає: залучення професійного фотографа для фото та відео зйомки об'єктів на різних етапах; відеоролики формату TikTok/Instagram Reels; огляди об'єктів; відео «до/після»; монтаж роликів для рекламних кампаній.

У будівельній сфері - 90% успіху дає саме візуальний результат.

5. Розвиток брендингу (банери на об'єктах, фірмова айдентика) — 30 тис. грн / рік. Ця стаття включає: замовлення банерів «Роботи виконує ТОВ «АПШЕР КОНСТРАКШН»» на об'єктах; брендovаних наліпок для авто.

Для будівельної компанії бренд на об'єкті це «жива реклама», яку щодня бачать: сусіди, потенційні замовники, девелопери, Такі інвестиції підвищують локальну впізнаваність у 2–3 рази.

За словами фахівців компанії, середня вартість одного договору в залежності від виду та складності робіт, матеріалів, залученості персоналу коливається в межах: дрібні гідроізоляційні роботи: 40-60 тис. грн.; середні фасадні роботи: 150-300 тис. грн.; великі об'єкти (готелі, ЖК): від 1 млн грн..

Кількість укладених договорів за місяць – 5, однак це значення коливається і залежить від сезонності тобто у весняно-літній період збільшується до 8 договорів, а в осінньо-зимовий період – 3-4 договори. Середня кошторисна вартість одного договору – 400-500 тис грн.

Передбачається, що посилення маркетингової діяльності дозволить збільшити кількість укладених договорів з 5 до 7 щомісяця, це дозволить отримати +24 (2x12) нових договори на рік за середньою вартістю одного договору на рівні 450 тис. грн. тобто додатковий щорічний дохід від реалізації маркетингових заходів складатиме:

$$24 \times 450\,000 = 10\,800 \text{ тис. грн. додатковий дохід на рік}$$

Розрахуємо рентабельність від вкладання коштів у маркетингові заходи (ROI):

$$ROI = \frac{\text{Додатковий дохід} - \text{Витрати}}{\text{Витрати}} \times 100\%$$

$$ROI = \frac{10\,800\,000 - 200\,000}{200\,000} \times 100\% = 530\%$$

За цих умов компанія отримує на 1 гривню вкладених коштів 53 гривні доходу, що є суттєво.

Собівартість реалізованої продукції, товарів, робіт послуг матиме тенденцію до зростання за рахунок додатного виконання робіт за укладеними договорами та вкладеними коштами у маркетингові заходи:

Співвідношення між чистим доходом від реалізації продукції та собівартістю реалізованої продукції за результатами 2024 року дозволить зробити припущення, якими будуть загальні витрати (собівартість) за додаткового обсягу робіт, складають:

$$\frac{61154,2}{55340,1} = 1,11$$

$$C = 10800:1,11 = 9729,7 \text{ тис. грн.}$$

Собівартість реалізованої продукції, товарів, робіт, послуг із врахуванням витрат на маркетингові заходи:

$$C=9729,7+200 = 9929,7 \text{ тис. грн.}$$

Продуктивність праці за незмінної чисельності персоналу, станом на 2024 рік вона становила 13 осіб збільшиться на:

$$ПП = \frac{10800}{13} = 830,77 \text{ тис. грн./ ос}$$

Таким чином, підсилення маркетингової діяльності може принести компанії додатково укладених договорів на рік – 24 та додатково отриманого доходу – 10800 тис. грн. на рік, а також дозволить підвищити продуктивність праці на 830,77 тис. грн. Такий результат підтверджує доцільність активного розвитку digital-просування, особливо у TikTok, Instagram та Google, розвиток сайту компанії, оскільки навіть невелике зростання кількості договорів забезпечує суттєве підвищення фінансово-економічних результатів підприємства та його конкурентоспроможності.

2. Встановлення програмного комплексу АВК-5 для формування кошторисів

ТОВ «АППЕР КОНТРАКШН» у своїй діяльності використовує BAF (Business Automation Framework) – платформу для автоматизації управлінських, фінансових та логістичних бізнес-процесів. Основні можливості: бухгалтерський, податковий, управлінський облік; управління грошовими потоками; облік ресурсів, персоналу, взаємовідносин з клієнтами та партнерами; документозбереження, логістика, інтеграції з іншими системами [53]. Тому пропонується використовувати програмне забезпечення для складання кошторисів, а саме АВК-5 - один із найпоширеніших програмних комплексів для складання кошторисів (будівництво, реконструкції, ремонт, інженерні об'єкти). Підтримує формування всіх необхідних кошторисних документів, відповідає нормативам українського законодавства щодо кошторисної документації [54]. Вартість ліцензії на 1 ПК становить 12600 грн+ навчання 6300 для 2 ПК -

близько 18 000+ навчання 11200 грн (з оновленням на 1 рік) [55]. Для початку пропонується встановлення на 1 ПК.

Слід відмітити, що АВК-5 забезпечує: швидке формування кошторисів; відповідність кошторисної документації ДСТУ та іншим нормативам. Дозволяє зменшити помилки в кошторисі, оскільки автоматизує: розрахунок обсягів, розрахунок вартості, вибір норм, додаткові коефіцієнти та поправки. Оптимізує собівартість робіт, зокрема визначити точну кількість матеріалів, уникнути надлишкових закупівель (економія 3–5%) та оптимізувати структуру витрат. За оцінками експертів, використання АВК-5 зменшує фінансові втрати на 3–7%.

ТОВ «АПЕР КОНСТРАКШН» у 2024 році мало дохід 61,1 млн грн. Уникнення втрат хоча б на 1 % принесе компанії економію у 611 тис грн., а продуктивність праці збільшиться на:

$$ПП = \frac{611,54}{13} = 47,4 \text{ тис. грн./ос.}$$

Таким чином, купівля програмного забезпечення для складання кошторисної документації принесе компанії щонайменше економію в 611 тис. грн., витрати на встановлення на 1 ПК та навчання складатимуть 18,9 тис грн., а продуктивність праці збільшиться на 47,4 тис грн./ос.

Вплив пропонованих заходів на фінансово-економічні показники діяльності ТОВ «АПЕР КОНСТРАКШН» наведено в таблиці 3.2.

Таблиця 3.2 – Вплив заходів на основні показники діяльності підприємства

Показники	До впровадження заходів	Заходи		Після впровадження заходів
		I	II	
Чистий дохід від реалізації продукції, тис. грн.	61154,2	10800	611,54	72565,74
Собівартість реалізованої продукції, тис. грн.	55340,1	9929,7	18,9	65288,7
Продуктивність праці, тис грн./ос	4704,17	830,77	47,4	5582,34
Чистий прибуток, тис.грн.	2933,8	435,15	296,32	3683,8

Впровадження маркетингового плану дозволить компанії збільшити чистий дохід від реалізації продукції, робіт, послуг за рахунок укладання нових договорів на 10800 тис. грн. та збільшить собівартість реалізованої продукції, робіт, послуг із врахуванням витрат на маркетингові заходи на 9929,7 тис грн. та отримати додатковий прибуток на рівні 435,15 тис. грн.. Придбання та використання програмного забезпечення для виконання кошторисних робіт дозволить компанії при самих мінімальних розрахунках зменшити фінансові втрати тобто зекономити кошти на суму 611,54 тис. грн. та отримати додатковий прибуток – 296,32 тис. грн.

Реалізація запропонованих заходів дозволить компанії зміцнити свої позиції на ринку та підвищити конкурентоспроможність.

Висновки до розділу 3

Обґрунтовано необхідність використання стратегічного підходу до підвищення конкурентоспроможності підприємств будівельної галузі, зокрема ТОВ «АПЕР КОНСТРАКШН». На основі результатів аналізу внутрішніх ресурсів, ринкового середовища, конкурентних позицій, а також інструментів SWOT- та PESTLE-аналізу визначено ключові напрями розвитку, які здатні забезпечити підприємству довгострокові переваги та зміцнення ринкових позицій. Основу стратегічного управління конкурентоспроможністю формують етапи, які включають діагностику поточного стану, формування стратегічних цілей, вибір оптимальної стратегії та механізми контролю її реалізації.

В роботі запропоновано напрями підвищення конкурентоспроможності, які охоплюють технологічні, організаційні, маркетингові та кадрові аспекти. Особливий акцент зроблено на впровадженні сучасних будівельних технологій, розвитку інноваційних методів гідроізоляції й фасадних систем, цифровізації процесів управління та проектування. Узгоджене оновлення технічного оснащення, оптимізація виробничих процесів, підвищення якості

сервісу та стандартизація виконання робіт створюють додаткові конкурентні переваги, зменшують ризики та підвищують довіру замовників.

Підкреслено важливість розвитку партнерських відносин, посилення комунікації з постачальниками та замовниками, а також поглиблення співпраці з девелоперами, що формує стійку базу для стабільного потоку замовлень. Окремо наголошено на необхідності формування професійних будівельних бригад та розвитку кадрового потенціалу, що дає змогу підвищити стабільність виконання робіт.

В роботі запропоновано заходи, які дозволять підвищити конкурентоспроможність суб'єкта господарювання, зокрема впровадження маркетингових заходів, що включають активне digital-просування, розвиток бренду та оновлення сайту, передбачає збільшення кількості клієнтів і зростання доходів компанії. Розрахунки довели, що вкладення у маркетингові заходи та у використання сучасного програмного забезпечення (зокрема АВК-5) забезпечують фінансове підсилення, підвищують ефективність планування та знижують ризики помилок при формуванні кошторисної документації.

Таким чином, реалізація запропонованих заходів створює передумови для зміцнення конкурентних позицій ТОВ «АПЕР КОНСТРАКШН» на ринку будівельних послуг, підвищення економічної стійкості та формування стратегічної переваги в умовах мінливої ринкової кон'юнктури.

ВИСНОВКИ

У роботі проведено теоретичне дослідження наукових праць, яке підтвердило, що конкурентоспроможність підприємства є багатовимірною економічною категорією, яка формується під впливом комплексу зовнішніх і внутрішніх факторів. Вона визначається здатністю підприємства ефективно функціонувати в умовах ринкового суперництва, забезпечуючи стабільні конкурентні переваги. Узагальнення наукових підходів показало, що ключову роль у формуванні конкурентоспроможності відіграють раціональне використання ресурсів, адаптивність до змін середовища та здатність підприємства забезпечувати вищу цінність для споживача/ клієнта порівняно з конкурентами.

Аналіз факторів впливу довів, що будівельні підприємства функціонують у складному ринковому середовищі, де поєднуються високий вплив зовнішніх чинників (політичні, економічні, правові, соціальні, технологічні) та специфічні внутрішні особливості галузі (висока матеріалоємність, індивідуальність об'єктів, довгий виробничий цикл, залежність від природно-кліматичних умов). Домінування зовнішніх факторів зумовлює необхідність адаптивного управління, тоді як внутрішній потенціал (кваліфікація персоналу, досвід, організація виробництва, інноваційність) формує базу для досягнення конкурентних переваг.

Грунтовне оцінювання конкурентоспроможності підприємств будівельної галузі вимагає застосування різних груп методів - матричних, експертних, розрахункових, графічних та стратегічних моделей. Використання SWOT-аналізу, PESTLE-аналізу, методів ранжування, побудови багатокутника конкурентоспроможності та інтегрального показника дозволило отримати цілісне уявлення про ринкові позиції підприємств, сильні і слабкі сторони, ризики та можливості розвитку, що є необхідною умовою для прийняття ефективних управлінських рішень.

В роботі проведено аналіз техніко-економічних показників двох підприємств, які надають різні види будівельних послуг, який показав, що

діяльності ТОВ «АПЕР КОНСТРАКШН» у 2022–2024 роках свідчить про стійке зростання ключових фінансово-економічних показників: чистого доходу, прибутку, продуктивності праці та ефективності використання основних засобів. Це підтверджує активний розвиток підприємства та послідовне нарощування обсягів виконуваних робіт. Незважаючи на підвищення собівартості послуг, спричинене подорожчанням матеріалів та зростанням виробничих витрат, компанія змогла забезпечити приріст чистого прибутку та покращити ефективність виробничих процесів.

Для ПП «ТерраПроф» притаманна більш стабільна, хоча й нерівномірна динаміка розвитку. У 2020–2022 роках спостерігалось зростання основних показників, проте у 2023–2024 роках підприємство відчуло зниження чистого доходу та коливання рентабельності внаслідок падіння попиту та несприятливих зовнішньоекономічних факторів. Водночас позитивною тенденцією є подальше зростання продуктивності праці та фондівіддачі, що вказує на ефективне управління ресурсами та оптимізацію кадрової політики.

Оцінка конкурентоспроможності трьох будівельних підприємств показала суттєві відмінності в рівні їх розвитку та ринкових позицій. Найвищі результати продемонструвало ТОВ «АПЕР КОНСТРАКШН», що зумовлено високою якістю виконання робіт, широким спектром реалізованих проєктів і стійкими партнерськими зв'язками. ПП «ТерраПроф» характеризується стабільністю та досвідом, однак має потребу у вдосконаленні сервісу та процесів управління. ТОВ «СБМ Компані» як новий учасник ринку має нижчі результати, але значний потенціал зростання. Порівняльний аналіз підтвердив, що внутрішній потенціал і ефективність управління суттєво впливають на ринкові позиції підприємств.

В роботі запропоновані стратегічні напрями підвищення конкурентоспроможності спрямовані на посилення технологічного, організаційного, маркетингового та кадрового потенціалу будівельних підприємств. Рекомендації включають впровадження сучасних будівельних технологій, розвиток інноваційних методів роботи, цифровізацію процесів

управління, активізацію маркетингової діяльності, оптимізацію виробничих процесів та розвиток партнерських відносин. Доведено, що комплексна реалізація цих заходів сприятиме зростанню економічної ефективності, підвищенню якості послуг та формуванню стійких конкурентних переваг.

У роботі запропоновано заходи, які спрямовані на підвищення конкурентоспроможності підприємства, а саме підсилення маркетингової діяльності та впровадження програмного забезпечення для формування кошторисів. Реалізація цих заходів сприятиме розширенню клієнтської бази та зростанню обсягів продажів. Проведені розрахунки підтвердили, що інвестиції у маркетинг, а також упровадження сучасного програмного забезпечення (зокрема АВК-5) забезпечують покращення фінансових результатів, оптимізують планування та зменшують ризики при підготовці технічної та кошторисної документації.

Таким чином, запропоновані заходи формують надійне підґрунтя для зміцнення ринкових позицій ТОВ «АПЕР КОНСТРАКШН», підвищення його економічної стійкості та забезпечення довгострокової стратегічної переваги в умовах динамічних змін на ринку.

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ НА ДЖЕРЕЛА

1. Кузьмін О. Є. Управління міжнародною конкуренто спроможністю підприємства : підручник. Львів : Компакт-ЛВ, 2005. 304 с
2. Осипов В. М. Управління конкурентоспроможністю продукції металургійної галузі : монографія. За наук. ред. академіка Б.В. Буркинського. Одеса : МПП "Евен", 2005. 296 с
3. Злидень І. М. Методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства. Економіка : проблеми теорії і практики : Зб. наук. праць. Дніпропетровськ : ДНУ, 2014. Вип. 213: Т. І. С. 75-81.
4. Клименко С. М., Дуброва О. С., Барабась Д. О., Омеляненко Т. В. Управління конкурентоспроможністю підприємства : навч. посіб. К. : КНЕУ, 2006. 527 с
5. Єрмак А. В. Конкурентоздатність підприємства : сутність поняття (проблематика питання). Вісник "Економічної науки України". 2005. № 1. С. 41-44.
6. Березіна Л.М., Вараксіна О.В., Олійник А.С., Рак А.Г. Теоретико-методологічні основи управління конкурентоспроможністю підприємства. Агросвіт. 2021. № 21- 22. С. 35-42. URL: http://www.agrosvit.info/pdf/21-22_2021/6.pdf
7. Олійник Н., Бурик Ю. Конкурентоспроможність підприємства як визначальна характеристика ефективності його функціонування Соціально-економічні проблеми і держава. 2018. Вип. 2 (19). С. 3-12. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2018/18onmejf.pdf>
8. Кузьмін О.Є., Мельник О.Г., Романко О.П. Конкурентоспроможність підприємства: планування та діагностика. Монографія. – Івано-Франківськ: ІФНТУНГ, 2011. 180 с.
9. Шарко В. В. Управління конкурентоспроможністю підприємств у сучасних умовах : Колективна монографія. за заг. ред. д.е.н., проф. В. В. Шарко. ПП Вишемирський В. С., 2016. 177 с.

10. Волошин А.В. Характеристика конкурентоспроможності та визначення її сутності. Економіка: реалії часу. Науковий журнал. 2023. № 4 (68). С. 83-88.
11. Лупак Р. Л. Васильців Т. Г. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посіб. Львів : Видавництво ЛКА, 2016. 484 с.
12. Драган О.І. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теоретичні аспекти : монографія К. : ДАКККіМ, 2006. 160 с.
13. Чумак Л.Ф. Фактори впливу на формування конкурентоспроможного потенціалу підприємств. Економіка та управління. 2013. № 1. С. 62-69
14. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення : монографія. за заг. ред. О.Г. Янкового. О. : Атлант, 2013. 470 с.
15. Ладунка І.С., Братанов М.І. Дослідження факторів впливу на конкурентоспроможність вітчизняних підприємств. Економіка і суспільство Випуск № 5, 2016, с.189-194
16. Лапін Є.В. Економічний потенціал підприємств промисловості: формування, оцінка, управління : авто реф. дис. ... докт. екон. наук. Сумський державний університет Міністерства освіти й науки України. Х., 2006. 36 с
17. Смачило В. В., Головка-Марченко І. С. Фактори конкурентоспроможності будівельних підприємств. Молодий вчений. 2017. № 4.4. С. 98-103
18. Димченко О.В., Раїна Д.О. Особливості конкурентоспроможності будівельних підприємств України. Науковий збірник «InterConf», (78). Наукові цілі та призначення у XXI столітті – 2021: матеріали I міжнародної науково-практичної конференції (Сіетл, 7-8 жовтня 2021 р.). Сіетл, 2021. С. 7-16.
19. Гудима Л.О. Аналіз факторів конкурентоспроможності підприємств будівельної галузі Економіка. Фінанси. Право. 2024. № 4 С92-97

20. Куклінова Т.В. Фактори конкурентоспроможності будівельних підприємств в умовах загострення кризових явищ. Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. 2015. № 1(1). С. 138-141

21. Россіхіна О.Є. Конкурентоутворюючі фактори, як основа стратегії конкуренції будівельного підприємства. Стратегії інноваційного розвитку економіки України проблеми, перспективи, ефективність. Секція 2. Економіка підприємства та маркетинг 2010: матеріали Міжнародної наукової конференції, Харків: НТУ «ХПІ», 2010. С. 158-160.

22. Щербініна С.А., Криворученко А.В., Кісельов І. Р. Конкурентоспроможність будівельних підприємств як напрям підвищення економічної ефективності житлового будівництва. Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. 2014. № 1. С. 419-425.

23. Богацька Н., Христич С. Оцінка конкурентоспроможності підприємства. Молодий вчений. 2019. № 11 (75). С. 455-458.

24. Бондаренко Г. С. Управління конкурентоспроможністю автотранспортного підприємства: автореф. на здоб. наук. ступ. к.е.н. Харків: ХДЕУ, 2001. 20 с.

25. Брінь П. В., Нехме М. Н. Конкурентоспроможність підприємства: сутність, показники та методичні засади динамічної оцінки. Причорноморські економічні студії. 2021. Вип. 64. С. 36-43.

26. Брітченко І. Г., Ладунка І. С. Актуальні проблеми підвищення конкурентоспроможності продукції вітчизняних підприємств Науковий вісник Ужгородського університету. Економіка. Ужгород, 2015. Вип. 1(1). С. 116-118.

27. Воронкова А. Е. Стратегічне управління конкурентоспроможним потенціалом промислових підприємств: автореф. дис. д-ра екон. наук: 08.06.01 НАН України, Інститут економіки промисловості. Донецьк, 2001. 32 с.

28. Гавловська Н. І., Рудніченко Є. М. Активізація інноваційно-інвестиційних процесів на підприємствах роздрібної торгівлі в умовах посилення конкурентної боротьби. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2016. № 1. С. 155-157.

29. Джеджула В. В., Єпіфанова І. Ю., Гуменюк В. С. Конкурентоспроможність підприємства як економічна категорія. Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. 2018. Вип. 6 (18). С. 116-121.

30. Крючкова Ж. В. Дослідження сутності конкурентоспроможності та конкурентоспроможності аграрних підприємств. Агросвіт. 2016. № 7. С. 44-50.

31. Гарбузюк О., Рудніченко Є., Дьячок І., Скрипник В. Теоретичний базис оцінювання конкурентоспроможності підприємства. Вісник Хмельницького національного університету 2024, № 3. С.297-307

32. Рудніченко Є. М., Гавловська Н. І. Активізація інноваційних процесів на промислових підприємствах в умовах конкурентної боротьби за ринки збуту. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2011. №3. Т. 2. С. 118-120.

33. Стратегічне управління: навчальний посібник. В. Л. Дикань, В. О. Зубенко, І. В. Токмакова, О. В. Маковоз, О. В. Шраменко. Київ: «Центр учбової літератури», 2013. 272 с.

34. Фатхутдінов Р. А., Осовська Г. В. Управління конкурентоздатністю організації: підручник,. Київ: «Кондор», 2009. 470 с.

35. Цибульська Е. І. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посіб. для студентів, які навчаються за спец. 051 «Економіка» Харків : НУА, 2018. 320 с.

36. Фадеева І. Г., Витвицька У.Ю., Данилюк-Черних І.М. Конкурентоспроможність підприємства:методичні вказівки. Івано-Франківськ:ІФНТУНГ.2016. 37с.

37. Компанії з Івано-Франківської області у сфері будівництва URL: <https://opendatabot.ua/c/UA26000000000069363/F>

38. Стан житлового будівництва в Івано-Франківській області у 2024 році URL: <https://www.mvk.if.ua/news/61924>

39. Офіційний сайт ТОВ «АППЕР КОНСТРАКШН» URL: <https://upperconstruction.com.ua/>

40. ПП «Терра Проф» URL: https://youcontrol.com.ua/ru/catalog/company_details/34921462/

41. ТОВ «Дібера Буд» URL: <https://youcontrol.com.ua/search/?q=%D0%A2%D0%9E%D0%92+%C2%AB%D0%94%D1%96%D0%B1%D0%B5%D1%80%D0%B0+%D0%91%D1%83%D0%B4%C2%BB>

42. ТОВ «СБМ Компані» URL: https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/44975071/

43. Офіційний сайт ТОВ «Лібер Україна» URL: <https://liber.com.ua/>

44. Офіційний сайт ТОВ «MIZOL» URL: https://mizol.ua/ua/?srsltid=AfmBOoqM4-xD_LCOTqNjoblJytac0Qt9fXax6y6s8XKRo6OD9CRg2z9x

45. Офіційний сайт Компанія «ПЕРШИЙ ДІМ» URL: <https://www.1d.ua/uk/about/>

46. Офіційний сайт ТОВ «ПРОФЦЕНТР КВІТКА» URL: <https://aboutus.kwitka.ua/#b10465>

47. Савко О.Я., Семенишин Ю.М., Медвідь В.О. Аналіз зовнішнього середовища підприємств будівельної галузі. Матеріали Міжн. Наук.-практ. конф. «Наука, освіта, економіка та суспільство: адаптація до викликів XXI століття», 6 грудня 2025 року, м. Сан-Франциско, США – *подано до друку*.

48. Виноградова О.В., Куценко О.В. Методичні підходи до оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємств сфери послуг. Економіка. Менеджмент. Бізнес. 2015. № 2. С. 97-101.

49. Федорович І.В., Метошоп І.М. Оцінка рівня конкурентоспроможності будівельних компаній за критеріями. Review of transport economics and management, № 7(23). 2022. С.168-176 URL: <https://pte.ust.edu.ua/issue/view/16039/9040>

50. Коваленко О.М., Станіславик О.В. Актуальні шляхи та фактори підвищення конкурентоспроможності вітчизняного підприємства. Економічний форум. 2020. №2. С. 223-230.

51. Ареф'єва О.В. Конкурентоспроможність підприємств у міжнародному цифровому просторі: Монографія К.: ФОП Маслаков, 2019. 342 с. URL: <https://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi79/0059419.pdf>

52. Солнцев С. О., В. Бажеріна К., Гребньов Г. М. Управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах марочної та немарочної конкуренції : монографія Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, Видво «Політехніка», 2017. 204 с. URL: <https://ela.kpi.ua/server/api/core/bitstreams/178e83e6-bc9a-4eee-bf9d-5783d48f3bc2/content>

53. Що таке BAF і як він співвідноситься з 1с? URL: <https://softup.com.ua/shho-take-baf-i-yak-vin-spiivvidnosytsya-z-1s/>

54. Кошторисна справа з використанням АВК-5 URL: <HTTP://TERACONSULT.COM.UA/AVK/>

55. Програмне забезпечення для будівельників URL: <https://cct.com.ua/>

БІБЛІОГРАФІЧНА ДОВІДКА

Тема магістерської роботи: «Дослідження конкурентоспроможності підприємств будівельної галузі та шляхи її підвищення (на прикладі ТОВ АППЕР КОНСТРАКШН)»

Обсяг пояснювальної записки – 115 стор

1. Мета та завдання магістерської роботи
2. Фактори впливу на конкурентоспроможність підприємств будівельної галузі
4. Види послуг, які виконує ТОВ «АППЕР КОНСТРАКШН»
5. PESTLE-аналіз ТОВ «АППЕР КОНСТРАКШН»
6. SWOT-аналіз діяльності ТОВ «АППЕР КОНСТРАКШН»
7. Динаміка основних техніко-економічних показників діяльності ТОВ «АППЕР КОНСТРАКШН» та ПП «ТерраПроф»
8. Значення показників для оцінки рівня конкурентоспроможності підприємств будівельної галузі залежно від критерію
9. Багатокутник конкурентоспроможності підприємств будівельної галузі
10. Етапи стратегічного управління конкурентоспроможністю будівельних підприємств
11. Заходи підвищення конкурентоспроможності ТОВ «АППЕР КОНСТРАКШН»

08.12.2025 р.

Семенишин Ю.М.

ДОДАТОК А

Додаток 1
до Національного положення (стандарту)
бухгалтерського обліку 25 "Спрощена фінансова
звітність"
(пункт 4 розділу I)

ДОКУМЕНТ ПРИЙНЯТО

Фінансова звітність малого підприємства

Підприємство	Товариство з обмеженою відповідальністю "СТТ ГРУП"	Дата (рік, місяць, число)	2023	01	01
Територія	Івано-Франківська	за ЄДРПОУ	44708216		
Організаційно-правова форма господарювання	240	за КАТОТТГ	UA26040190010045761		
Вид економічної діяльності	Неспеціалізована оптова торгівля	за КОПФГ	240		
Середня кількість працівників, осіб	2	за КВЕД	46.90		
Одиниця виміру:	тис. грн. з одним десятковим знаком				
Адреса, телефон	76000, м. Івано-Франківськ, вул. Ребета Л., буд. 6Е, 380990946146		0990946146		

1. Баланс на 31 грудня 2022 р.

Актив	Код рядка	На початок звітного року	Код за ДКУД	
			1801006	
1	2	3	4	
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи	1000	-	-	
Первісна вартість	1001	-	-	
Накопичена амортизація	1002	(-)	(-)	
Незавершені капітальні інвестиції	1005	-	-	
Основні засоби :	1010	-	11,2	
первісна вартість	1011	-	14,9	
знос	1012	(-)	(3,7)	
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-	
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	-	-	
Інші необоротні активи	1090	-	-	
Усього за розділом I	1095	-	11,2	
II. Оборотні активи				
Запаси :	1100	-	249,0	
у тому числі готова продукція	1103	-	248,8	
Поточні біологічні активи	1110	-	-	
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	-	1,0	
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	-	-	
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-	
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	-	41,0	
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-	
Гроші та їх еквіваленти	1165	-	254,4	
Витрати майбутніх періодів	1170	-	-	
Інші оборотні активи	1190	-	34,8	
Усього за розділом II	1195	-	580,2	
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-	
Баланс	1300	-	591,4	

Імісив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	-	50,0
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-	111,2
Неоплачений капітал	1425	(-)	(-)
Усього за розділом I	1495	-	161,2
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення			
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	-	131,5
розрахунками з бюджетом	1620	-	36,8
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	24,4
розрахунками зі страхування	1625	-	1,8
розрахунками з оплати праці	1630	-	6,5
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	-	253,6
Усього за розділом III	1695	-	430,2
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу та групами вибуття			
Баланс	1900	-	591,4

2. Звіт про фінансові результати
за Рік 2022 р.

Форма № 2-м Код за ДКУД 1801007

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	4 922,2	-
Інші операційні доходи	2120	-	-
Інші доходи	2240	-	-
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	4 922,2	-
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(4 314,4)	(-)
Інші операційні витрати	2180	(472,2)	(-)
Інші витрати	2270	(-)	(-)
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	(4 786,6)	(-)
Фінансовий результат до оподаткування (2280 – 2285)	2290	135,6	-
Податок на прибуток	2300	(24,4)	(-)
Чистий прибуток (збиток) (2290 – 2300)	2350	111,2	-

ЕП Сенів
Тетяна
Тарасієна

Керівник

Головний бухгалтер

(підпис)

(підпис)

Сенів Т.Т.

(ініціали, прізвище)

(ініціали, прізвище)

† Кодифікатор адміністративно-територіальних одиниць та територій територіальних громад

Додаток І
до Національного положення
(стандарту) бухгалтерського обліку 25
«Спрощена фінансова звітність»
(пункт 4 розділу І)

Фінансова звітність малого підприємства

		КОДИ			
		Дата (рік, місяць, число)	2024	01	01
Підприємство	ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "СТТ ГРУП"	за ЄДРПОУ			
Територія	ІВАНО-ФРАНКІВСЬК	за КАТОТТГ ¹	UA26040190010045761		
Організаційно-правова форма господарювання	ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ	за КОПФГ	240		
Вид економічної діяльності	Неспеціалізована оптова торгівля	за КВЕД	46.90		
Середня кількість працівників, осіб	8				
Одиниця виміру: тис. грн з одним десятковим знаком					
Адреса, телефон	УКРАЇНА, 76000, ІВАНО-ФРАНКІВСЬКА ОБЛАСТЬ, М.ІВАНО-ФРАНКІВСЬК, ВУЛ. РЕБЕТА, БУД. 6-Е		+38(099)-094-61-46		

І. Баланс на 31.12.2023 р.

		Форма № 1-м	Код за ДКУД	1801006
Актив	Код рядка	На початок звітнього року	На кінець звітнього періоду	
1	2	3	4	
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи				
первісна вартість	1000			
накопичена амортизація	1001			
Незавершені капітальні інвестиції	1002	()	()	
Основні засоби:	1005			
первісна вартість	1010	11.2	2655.2	
знос	1011	14.9	2977.3	
	1012	(3.7)	(322.1)	
Довгострокові біологічні активи	1020			
Довгострокові фінансові інвестиції	1030			
Інші необоротні активи	1090			
Усього за розділом I	1095	11.2	2655.2	
II. Оборотні активи				
Запаси:				
у тому числі готова продукція	1100	249.0	23453.3	
	1103	248.8	621.0	
Поточні біологічні активи	1110			
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги	1125	1.0	2962.3	
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135			
у тому числі з податку на прибуток	1136			
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	41.0	12139.9	
Поточні фінансові інвестиції	1160			
Гроші та їх еквіваленти	1165	254.4	4325.1	
Витрати майбутніх періодів	1170			
Інші оборотні активи	1190	34.8	7972.1	
Усього за розділом II	1195	580.2	50852.7	
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття				
Баланс	1200			
	1300	591.4	53507.9	

Класифікація	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	50.0	50.0
Додатковий капітал	1410		
Резервний капітал	1415		
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	111.2	1273.3
Неоплачений капітал	1425	()	()
Усього за розділом I	1495	161.2	1323.3
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення			
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600		
Поточна кредиторська зобов'язаність за:	1610		
товари, роботи, послуги	1615	131.5	2732.4
розрахунками з бюджетом	1620	36.8	1069.2
у тому числі з податку на прибуток	1621	24.4	255.1
розрахунками зі страхування	1625	1.8	
розрахунками з оплати праці	1630	6.5	
Доходи майбутніх періодів	1665		
Інші поточні зобов'язання	1690	253.6	48383.0
Усього за розділом III	1695	430.2	52184.6
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та грошові вибуття			
Баланс	1900	591.4	53507.9

2. Звіт про фінансові результати

за 2023 р.

Форма N 2-м Код за КУД

1801007

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	24241.7	4922.2
Інші операційні доходи	2120		
Інші доходи	2240		
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	24241.7	4922.2
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(21435.2)	(4314.5)
Інші операційні витрати	2180	(1389.3)	(472.2)
Інші витрати	2270	()	()
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	(22824.5)	(4786.7)
Фінансовий результат до оподаткування (2280 - 2285)	2290	1417.2	135.5
Податок на прибуток	2300	(255.1)	(24.4)
Чистий прибуток (збиток) (2290 - 2300)	2350	1162.1	111.1

Керівник

(підпис)

СЕНІВ ТЕТЯНА ТАРАСІВНА

(ініціали, прізвище)

Головний бухгалтер

(підпис)

(ініціали, прізвище)

¹ Кодифікатор адміністративно-територіальних одиниць та територій територіальних громад.

Додаток І
до Національного положення (стандарту)
бухгалтерського обліку 25 "Спрощена фінансова
звітність"
(пункт 4 розділу І)

ДОКУМЕНТ ПРИЙНЯТО

Фінансова звітність малого підприємства

Підприємство	Товариство з обмеженою відповідальністю "АНПЕР КОНСТРАКШН"	Дата (рік, місяць, число)	2025	01	01
Територія	ІВАНО-ФРАНКІВСЬК	за СДРПОУ	44708216		
Організаційно-правова форма господарювання	Товариство з обмеженою відповідальністю	за КАТОТТГ	UA26040190010045761		
Вид економічної діяльності	Інші спеціалізовані будівельні роботи, н.в.у.	за КОПФГ	240		
Середня кількість працівників, осіб	13	за КВЕД	43.99		
Одиниця виміру:	тис. грн. з одним десятковим знаком				
Адреса, телефон	м. Івано-Франківськ, Ребета Л, будинок № 6Е, 380965405050		0965405050		

І. Баланс на 31 грудня 2024 р.

Форма № 1-м Код за ДКУД 1801006

Актив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
І	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	-	25,6
Первісна вартість	1001	-	38,4
Накопичена амортизація	1002	(-)	(12,8)
Незавершені капітальні інвестиції	1005	-	-
Основні засоби :	1010	2 655,2	2 258,3
первісна вартість	1011	2 977,3	3 311,1
знос	1012	(322,1)	(1 052,8)
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-
Усього за розділом I	1095	2 655,2	2 283,9
II. Оборотні активи			
Запаси :	1100	23 453,3	16 061,6
у тому числі готова продукція	1103	621,0	617,5
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	2 962,3	1 435,2
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	-	-
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	12 139,9	4 516,5
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	4 325,1	1 589,3
Витрати майбутніх періодів	1170	-	-
Інші оборотні активи	1190	7 972,1	2 947,2
Усього за розділом II	1195	50 852,7	26 549,8
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-
Баланс	1300	53 507,9	28 833,7

Назив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	50,0	50,0
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	1 273,3	4 207,1
Неоплачений капітал	1425	(-)	(-)
Усього за розділом I	1495	1 323,3	4 257,1
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення			
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	2 732,4	5 657,5
розрахунками з бюджетом	1620	1 069,2	952,2
у тому числі з податку на прибуток	1621	255,1	644,0
розрахунками зі страхування	1625	-	-
розрахунками з оплати праці	1630	-	-
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	48 383,0	17 966,9
Усього за розділом III	1695	52 184,6	24 576,6
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, за групами вибуття			
Баланс	1900	53 507,9	28 833,7

2. Звіт про фінансові результати
за Рік 2024 р.

Форма № 2-м Код за ДКУД 1801007

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	61 154,2	24 241,7
Інші операційні доходи	2120	-	-
Інші доходи	2240	13,7	-
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	61 167,9	24 241,7
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(55 340,1)	(21 435,2)
Інші операційні витрати	2180	(2 250,0)	(1 389,3)
Інші витрати	2270	(-)	(-)
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	(57 590,1)	(22 824,5)
Фінансовий результат до оподаткування (2280 – 2285)	2290	3 577,8	1 417,2
Податок на прибуток	2300	(644,0)	(255,1)
Чистий прибуток (збиток) (2290 – 2300)	2350	2 933,8	1 162,1



Керівник

(підпис)

Головний бухгалтер

(підпис)

EP СЕНІВ
ТЕТЯНА
ТАРАСІВНА

Сенів Т.Т.

(ініціали, прізвище)

Сенів Т.Т.

(ініціали, прізвище)

† Кодифікатор адміністративно-територіальних одиниць та територій територіальних громад



Фінансова звітність за 2021 рік

ПРИВАТНЕ ПІДПРИЄМСТВО "ТЕРРАПРОФ"
ЛЬВІВСЬКА ОБЛ., М. СТРИЙ, ВУЛ. ШЕВЧЕНКА, БУД. 119, КВ. 1
(ПП "ТЕРРАПРОФ")

Код за ЄДРПОУ: [34921462](#)

Дата звіту	23.02.2022
Період	2021 рік, 12 міс
Бухгалтер	Василиків Наталія Олександрівна
КАТОТТГ	UA46100230010074173
Кількість працівників	100

Фінансова звітність малого підприємства

Актив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного року, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
I. Необоротні активи Нематеріальні активи	1000	50.10	55.10
первісна вартість	1001	55.90	85.20
накопичена амортизація	1002	5.80	30.10
Незавершені капітальні інвестиції	1005	0.00	100.50
Основні засоби:	1010	3 071.80	3 539.10
первісна вартість	1011	6 334.30	8 289.40
знос	1012	3 262.50	4 750.30
Довгострокові біологічні активи	1020	0.00	
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	0.00	

Назва рядка	Код рядка	На початок звітнього року, тис. грн	На кінець звітнього періоду, тис. грн
Інші необоротні активи	1090	0.00	
Усього за розділом I	1095	3 121.90	3 694.70
II. Оборотні активи Запаси:	1100	35 965.30	69 177.60
у тому числі готова продукція	1103	1 672.50	3 558.60
Поточні біологічні активи	1110	0.00	
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги	1125	1 982.10	2 820.60
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	9.20	36.50
у тому числі з податку на прибуток	1136	0.00	
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	2 508.40	5 975.40
Поточні фінансові інвестиції	1160	0.00	
Гроші та їх еквіваленти	1165	671.70	195.90
Витрати майбутніх періодів	1170	49.60	55.00
Інші оборотні активи	1190	5 016.80	9 515.20
Усього за розділом II	1195	46 203.10	87 776.20
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0.00	
Баланс	1300	49 325.00	91 470.90

Пасив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітнього року, тис. грн	На кінець звітнього періоду, тис. грн
-------------	-----------	-------------------------------------	---------------------------------------

I. Власний капітал Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	50.00	635.70
Додатковий капітал	1410	0.00	
Резервний капітал	1415	12.50	89.10
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	5 972.60	7 410.00
Неоплачений капітал	1425	0.00	527.10
Усього за розділом I	1495	6 035.10	7 607.70
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	1595	1 922.50	22 380.30
Короткострокові кредити банків	1600	2 000.00	2 241.20
III. Поточні зобов'язання Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	0.00	
товари, роботи, послуги	1615	9 436.10	9 753.10
розрахунками з бюджетом	1620	191.80	300.90
у тому числі з податку на прибуток	1621	57.80	149.20
розрахунками зі страхування	1625	44.50	71.70
розрахунками з оплати праці	1630	151.70	266.90
Доходи майбутніх періодів	1665	0.00	
Інші поточні зобов'язання	1690	29 543.30	48 849.10
Усього за розділом III	1695	41 367.40	61 482.90
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0.00	
Баланс	1900	49 325.00	91 470.90

Звіт про фінансові результати

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	86 740.90	74 581.30
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	77 229.00	69 067.10
Інші операційні доходи	2120	321.20	393.90
Інші операційні витрати	2180	6 356.50	4 657.10
Інші доходи	2240	60.30	142.10
Інші витрати	2270	1 600.10	667.40
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	87 122.40	75 117.30
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	85 185.60	74 391.60
Фінансовий результат до оподаткування (2280 - 2285)	2290	1 936.80	725.70
Податок на прибуток	2300	405.00	141.10
Чистий прибуток (збиток) (2290 - 2300)	2350	1 531.80	584.60

[Clarity Project](#) - простий та зрозумілий доступ до закупівельної та корпоративної інформації.



Фінансова звітність за 2022 рік

ПРИВАТНЕ ПІДПРИЄМСТВО "ТЕРРАПРОФ"
ЛЬВІВСЬКА ОБЛ., М. СТРИЙ, ВУЛ. ШЕВЧЕНКА, БУД. 119, КВ. 1
(ПП "ТЕРРАПРОФ")

Код за ЄДРПОУ: [34921462](#)

Дата звіту	09.03.2023
Період	2022 рік, 12 міс
Бухгалтер	Василиків Наталія Олександрівна
КАТОТТГ	UA46100230010074173
Кількість працівників	104

Фінансова звітність малого підприємства

Актив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного року, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
I. Необоротні активи Нематеріальні активи	1000	55.10	26.70
первісна вартість	1001	85.20	85.20
накопичена амортизація	1002	30.10	58.50
Незавершені капітальні інвестиції	1005	100.50	
Основні засоби:	1010	3 539.10	3 226.50
первісна вартість	1011	8 289.40	9 137.60
знос	1012	4 750.30	5 911.10
Довгострокові біологічні активи	1020	0.00	
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	0.00	

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного року, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
Інші необоротні активи	1090	0.00	
Усього за розділом I	1095	3 694.70	3 253.20
II. Оборотні активи Запаси:	1100	69 177.60	61 925.70
у тому числі готова продукція	1103	3 558.60	3 938.70
Поточні біологічні активи	1110	0.00	
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги	1125	2 820.60	4 620.90
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	36.50	1.50
у тому числі з податку на прибуток	1136	0.00	
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	5 975.40	11 430.50
Поточні фінансові інвестиції	1160	0.00	
Г роші та їх еквіваленти	1165	195.90	432.00
Витрати майбутніх періодів	1170	55.00	67.40
Інші оборотні активи	1190	9 515.20	7 001.20
Усього за розділом II	1195	87 776.20	85 479.20
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0.00	
Баланс	1300	91 470.90	88 732.40

Пасив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного року, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
-------------	-----------	------------------------------------	--------------------------------------

I. Власний капітал Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	635.70	635.70
Додатковий капітал	1410	0.00	
Резервний капітал	1415	89.10	158.90
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	7 410.00	8 545.80
Неоплачений капітал	1425	527.10	
Усього за розділом I	1495	7 607.70	9 340.40
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	1595	22 380.30	27 806.40
Короткострокові кредити банків	1600	2 241.20	2 149.80
III. Поточні зобов'язання Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	0.00	
товари, роботи, послуги	1615	9 753.10	5 073.60
розрахунками з бюджетом	1620	300.90	909.80
у тому числі з податку на прибуток	1621	149.20	165.00
розрахунками зі страхування	1625	71.70	62.50
розрахунками з оплати праці	1630	266.90	88.20
Доходи майбутніх періодів	1665	0.00	
Інші поточні зобов'язання	1690	48 849.10	43 301.70
Усього за розділом III	1695	61 482.90	51 585.60
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0.00	
Баланс	1900	91 470.90	88 732.40

Звіт про фінансові результати

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	111 001.40	86 740.90
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	101 574.50	77 229.00
Інші операційні доходи	2120	1 728.90	321.20
Інші операційні витрати	2180	5 618.80	6 356.50
Інші доходи	2240	86.20	60.30
Інші витрати	2270	3 958.20	1 600.10
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	112 816.50	87 122.40
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	111 151.50	85 185.60
Фінансовий результат до оподаткування (2280 - 2285)	2290	1 665.00	1 936.80
Податок на прибуток	2300	459.40	405.00
Чистий прибуток (збиток) (2290 - 2300)	2350	1 205.60	1 531.80

[Clarity Project](#) - простий та зрозумілий доступ до закупівельної та корпоративної інформації.



Фінансова звітність за 2023 рік

ПРИВАТНЕ ПІДПРИЄМСТВО "ТЕРРАПРОФ"
ЛЬВІВСЬКА ОБЛ., М. СТРИЙ, ВУЛ. ШЕВЧЕНКА, БУД. 119, КВ. 1
(ПП "ТЕРРАПРОФ")

Код за ЄДРПОУ: [34921462](#)

Дата звіту	28.02.2024
Період	2023 рік, 12 міс
Бухгалтер	Василиків Наталія Олександрівна
КАТОТТГ	UA46100230010074173
Кількість працівників	80

Фінансова звітність малого підприємства

Актив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного року, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
I. Необоротні активи Нематеріальні активи	1000	26.70	3.70
первісна вартість	1001	85.20	85.20
накопичена амортизація	1002	58.50	81.50
Незавершені капітальні інвестиції	1005	0.00	6 867.30
Основні засоби:	1010	3 226.50	3 023.40
первісна вартість	1011	9 137.60	9 908.20
знос	1012	5 911.10	6 884.80
Довгострокові біологічні активи	1020	0.00	
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	0.00	

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного року, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
Інші необоротні активи	1090	0.00	
Усього за розділом I	1095	3 253.20	9 894.40
II. Оборотні активи Запаси:	1100	61 925.70	71 344.90
у тому числі готова продукція	1103	3 938.70	3 887.10
Поточні біологічні активи	1110	0.00	
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги	1125	4 620.90	5 248.60
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	1.50	50.90
у тому числі з податку на прибуток	1136	0.00	
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	11 430.50	17 371.00
Поточні фінансові інвестиції	1160	0.00	
Г роші та їх еквіваленти	1165	432.00	1 241.40
Витрати майбутніх періодів	1170	67.40	132.70
Інші оборотні активи	1190	7 001.20	9 501.80
Усього за розділом II	1195	85 479.20	104 891.30
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0.00	
Баланс	1300	88 732.40	114 785.70

Пасив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного року, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
-------------	-----------	------------------------------------	--------------------------------------

I. Власний капітал Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	635.70	635.70
Додатковий капітал	1410	0.00	
Резервний капітал	1415	158.90	158.90
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	8 545.80	10 897.00
Неоплачений капітал	1425	0.00	
Усього за розділом I	1495	9 340.40	11 691.60
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	1595	27 806.40	34 276.00
Короткострокові кредити банків	1600	2 149.80	2 105.80
III. Поточні зобов'язання Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	0.00	57.90
товари, роботи, послуги	1615	5 073.60	7 521.40
розрахунками з бюджетом	1620	909.80	1 216.00
у тому числі з податку на прибуток	1621	165.00	168.60
розрахунками зі страхування	1625	62.50	
розрахунками з оплати праці	1630	88.20	
Доходи майбутніх періодів	1665	0.00	
Інші поточні зобов'язання	1690	43 301.70	57 917.00
Усього за розділом III	1695	51 585.60	68 818.10
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0.00	
Баланс	1900	88 732.40	114 785.70

Звіт про фінансові результати

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	103 537.90	111 001.40
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	90 921.60	101 574.50
Інші операційні доходи	2120	334.20	1 728.90
Інші операційні витрати	2180	5 537.90	5 618.80
Інші доходи	2240	407.50	86.20
Інші витрати	2270	4 993.80	3 958.20
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	104 279.60	112 816.50
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	101 453.30	111 151.50
Фінансовий результат до оподаткування (2280 - 2285)	2290	2 826.30	1 665.00
Податок на прибуток	2300	475.10	459.40
Чистий прибуток (збиток) (2290 - 2300)	2350	2 351.20	1 205.60

[Clarity Project](#) - простий та зрозумілий доступ до закупівельної та корпоративної інформації.



Фінансова звітність за 2024 рік

ПРИВАТНЕ ПІДПРИЄМСТВО "ТЕРРАПРОФ"
ЛЬВІВСЬКА ОБЛ., М. СТРИЙ, ВУЛ. ШЕВЧЕНКА, БУД. 119, КВ. 1
(ПП "ТЕРРАПРОФ")

Код за ЄДРПОУ: [34921462](#)

Дата звіту	24.02.2025
Період	2024 рік, 12 міс
Бухгалтер	Василиків Наталія Олександрівна
КАТОТТГ	UA46100230010074173
Кількість працівників	68

Фінансова звітність малого підприємства

Актив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного року, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
I. Необоротні активи Нематеріальні активи	1000	3.70	0.00
первісна вартість	1001	85.20	85.20
накопичена амортизація	1002	81.50	85.20
Незавершені капітальні інвестиції	1005	6 867.30	8 310.10
Основні засоби:	1010	3 023.40	3 713.90
первісна вартість	1011	9 908.20	9 980.90
знос	1012	6 884.80	6 267.00
Довгострокові біологічні активи	1020	0.00	
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	0.00	

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного року, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
Інші необоротні активи	1090	0.00	
Усього за розділом I	1095	9 894.40	12 024.00
II. Оборотні активи Запаси:	1100	71 344.90	87 304.20
у тому числі готова продукція	1103	3 887.10	5 040.90
Поточні біологічні активи	1110	0.00	
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги	1125	5 248.60	4 985.80
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	50.90	
у тому числі з податку на прибуток	1136	0.00	
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	17 371.00	29 290.60
Поточні фінансові інвестиції	1160	0.00	
Г роші та їх еквіваленти	1165	1 241.40	1 472.10
Витрати майбутніх періодів	1170	132.70	164.20
Інші оборотні активи	1190	9 501.80	11 515.60
Усього за розділом II	1195	104 891.30	134 732.50
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0.00	
Баланс	1300	114 785.70	146 756.50

Пасив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного року, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
-------------	-----------	------------------------------------	--------------------------------------

I. Власний капітал Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	635.70	635.70
Додатковий капітал	1410	0.00	
Резервний капітал	1415	158.90	158.90
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	10 897.00	11 697.50
Неоплачений капітал	1425	0.00	
Усього за розділом I	1495	11 691.60	12 492.10
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	1595	34 276.00	55 718.60
Короткострокові кредити банків	1600	2 105.80	2 000.00
III. Поточні зобов'язання Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	57.90	
товари, роботи, послуги	1615	7 521.40	5 131.80
розрахунками з бюджетом	1620	1 216.00	888.70
у тому числі з податку на прибуток	1621	168.60	127.50
розрахунками зі страхування	1625	0.00	202.50
розрахунками з оплати праці	1630	0.00	740.50
Доходи майбутніх періодів	1665	0.00	
Інші поточні зобов'язання	1690	57 917.00	69 582.30
Усього за розділом III	1695	68 818.10	78 545.80
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0.00	
Баланс	1900	114 785.70	146 756.50

Звіт про фінансові результати

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	99 468.90	103 537.90
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	84 053.20	90 921.60
Інші операційні доходи	2120	135.10	334.20
Інші операційні витрати	2180	6 446.40	5 537.90
Інші доходи	2240	10.90	407.50
Інші витрати	2270	7 842.20	4 993.80
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	99 614.90	104 279.60
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	98 341.80	101 453.30
Фінансовий результат до оподаткування (2280 - 2285)	2290	1 273.10	2 826.30
Податок на прибуток	2300	454.10	475.10
Чистий прибуток (збиток) (2290 - 2300)	2350	819.00	2 351.20

[Clarity Project](#) - простий та зрозумілий доступ до закупівельної та корпоративної інформації.