



Міністерство освіти і науки України
Київський національний університет будівництва та архітектури
Будівельно-технологічний факультет
Кафедра товарознавства та комерційної діяльності в будівництві

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього
ступеня магістра
на тему:

Оцінка та підвищення конкурентоспроможності бруківки (на прикладі виробництва ТОВ «Брук-Тон

Виконав:

Здобувач 2 курсу, групи ТКДм-23

Спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля»

Остапов Антон Юрійович

Науковий керівник: к-т тех.н., професор Самойленко Антоніна
Анатоліївна

Київ - 2024р.

- ▶ **Актуальність обраної теми.** Для таких компаній, як ТОВ «Брук-Тон», важливо не тільки відповідати сучасним вимогам ринку, але й випереджати конкурентів за рахунок інноваційних підходів та оптимізації виробничих процесів. На сучасному динамічному ринку будівельних матеріалів конкурентоспроможність є ключовим фактором забезпечення стабільного розвитку та комерційного успіху компанії. Необхідність встановлення високої конкурентоспроможності продукції ТОВ «Брук-Тон» обумовлена як стрімким розвитком технологій, так і підвищенням вимог споживачів до якості, надійності та естетичності продукції.
- ▶ **Метою даної роботи є дослідження та розробка заходів щодо підвищення конкурентоспроможності продукції ТОВ «Брук-Тон».** Для досягнення цієї мети були поставлені наступні завдання:
 - ▶ - аналіз ринку бруківки та визначення основних конкурентів;
 - ▶ - вивчення технічних особливостей виробництва на ТОВ«Брук-Тон
 - ▶ - визначення основних факторів конкурентоспроможності продукції;
 - ▶ - розробка рекомендацій щодо підвищення якості продукції та оптимізації виробничих процесів.

- ▶ **Об'єкт дослідження.** Об'єктом дослідження є процес виробництва та реалізації бруківки на ТОВ «Брук-Тон».
- ▶ **Предмет дослідження.** Предметом дослідження є фактори, що впливають на конкурентоспроможність продукції ТОВ «Брук-Тон» та потенціал підвищення конкурентоспроможності зарахунок удосконалення виробничих та управлінських процесів.
- ▶ У дослідженні запропоновані інноваційні стратегії, що враховують сучасні тенденції на ринку, нові матеріали, технології та вимоги споживачів, що стосується як оцінки так і підвищення конкурентоспроможності бруківки.
- ▶ Завдання дослідження включають:
 - аналіз сучасного стану ринку бруківки;
 - вивчення основних критеріїв формування асортименту ТОВ «Брук-Тон»;
 - оцінка конкурентоспроможності бруківки ТОВ «Брук-Тон»;
 - Аналіз економічної та виробничої діяльності підприємства;
 - розробка рекомендацій щодо підвищення конкурентоспроможності бруківки.

Конкурентоспроможність - це комплексне поняття, що має як об'єктивні, так і суб'єктивні аспекти. Основою конкурентоспроможності є здатність товару задовольняти вимоги споживачів і водночас забезпечувати економічну ефективність для виробника.



Фактори, що впливають на конкурентоспроможність продукції



► Вимоги до якості та безпечності бруківки

- 1) міцність на стиск. Міцність є одним з основних показників якості бруківки, оскільки визначає здатність матеріалу витримувати навантаження: Згідно з ДСТУ Б В.2.7-233:2010 та EN 1338:2003, мінімальна межа міцності бруківки повинна становити не менше 30 МПа.
- 2) морозостійкість. згідно з ДСТУ Б В.2.7-145:2008 бруківка повинна витримувати не менше 200 циклів заморожування і відтавання без втрати міцності і утворення тріщин.
- 3) водопоглинання. ДСТУ Б В.2.7-233:2010 визначає, що показник водопоглинання бруківки не повинен перевищувати 6% від маси.
- 4) стійкість до стирання. Згідно з європейськими стандартами, показник зносу не повинен перевищувати 20 мм, що гарантує високу зносостійкість матеріалу навіть при інтенсивному використанні.
- 5) точність геометричних розмірів. Відхилення більше ніж на 1 мм від заданих розмірів призведе до поганого зчеплення елементів і можливого руйнування покриття.
- 6) стійкість до вигорання. Згідно з ДСТУ, бруківка повинна мати постійний колір протягом усього терміну експлуатації, а пігменти, що додаються під час виробництва, повинні бути стійкими до вигорання і не змінювати колір під впливом сонячного світла.
- 7) вимоги екологічної безпеки. Виробники повинні використовувати екологічно чисті матеріали та мінімізувати викиди шкідливих речовин у процесі виробництва;
- 8) стійкість до впливу хімічних речовин. Згідно з європейськими стандартами, бруківка повинна мати високу стійкість до хімічного впливу, що досягається за рахунок використання спеціальних добавок у бетоні. Така стійкість запобігає руйнуванню матеріалу та зберігає його міцність.

- ▶ **Загальна характеристика ТОВ «Брук-Тон»**
- ▶ «**БРУК-ТОН**» - це провідний виробник бруківки, елементів ландшафтного дизайну та архітектури в Західній Україні.
- ▶ Нашу продукцію активно використовують як у приватному секторі, так і в громадському просторі.
- ▶ Компанії, які обрали бруківку цього підприємства: автозаправні станції («**WOG**», «**UKRNAFTA**», «**БРСМ-НАФТА**»), магазини («**АТБ**», «**АРС**», «**KARCHER**»), будівельні компанії («**Тернопіль-Буд**», «**Престиж-Буд**», «**Креатор-Буд**») та компанія «**Нова Пошта**»

Фінансова звітність підприємства

	2020	2021	2022	2023
Дохід	57 501 600 ₴	74 233 400 ₴	44 945 100 ₴	105 366 100 ₴
Чистий прибуток	2 481 600 ₴	2 404 700 ₴	837 700 ₴	3 496 600 ₴
Активи	34 007 900 ₴	60 269 600 ₴	58 432 300 ₴	75 791 200 ₴
Зобов'язання	27 986 400 ₴	34 407 700 ₴	34 471 200 ₴	40 758 100 ₴
Кількість працівників		35	31	22

Джерело: <https://brukton.com.ua/>

Економічний розрахунок діяльності ТОВ «Брук-Тон» за 2023р.

Показник	Значення за 2023р, грн.
Дохід	105 366 800
Чистий прибуток	3 496 000
Активи	75 791 200
Забов'язання	40 758 100
Витрати на збут	550 000
Податок на прибуток(18%)	629 280
Адміністративні витрати	37 000
Інші операційні витрати	25 000
Операційний прибуток	1 180 000

Джерело: <https://clarity-project.info/edr/42938038>

Інтегральний розрахунок конкурентоспроможності

Критерій	Вага критерію	Оцінка ТОВ «Брук-Тон»	Оцінка конкурента «Мій Двір»	Зважена оцінка ТОВ «Брук-Тон»	Зважена оцінка конкурента «Мій Двір»
Ціна	0,3	4	3	1,2	0,9
Якість	0,4	5	4	2,0	1,6
Асортимент	0,2	4	4	0,8	0,8
Сервіс	0,1	3	4	0,3	0,4
Разом	1,0			4,3	3,7

- ▶ Згідно з аналізом економічних показників діяльності ТОВ «Брук-Тон» за 2023 рік, фінансовий стан компанії є стабільним. Такі ключові показники, як дохід у розмірі: 105 366 800 грн, чистий прибуток у розмірі: 3 496 000 грн та активи у розмірі: 75 791 200 грн, свідчать про хороші результати та ефективне використання ресурсів компанії. Беручи до уваги існуючі витрати на збут (550 000 грн.), адміністративні витрати (37 000 грн.) та податок на прибуток (629 280 грн.), компанія є фінансово стабільною.

Як ТОВ «Брук-Тон» може підвищити конкурентоспроможність бруківки?

- ▶ Впровадження нових матеріалів і технологій. Це і застосування композитних матеріалів з підвищеною міцністю і довговічністю, і використання екологічно чистих і поновлюваних ресурсів. Наприклад, бруківка з переробленого пластику та бетону може стати цікавим рішенням.
- ▶ Розширення асортименту та створення унікальних продуктів. Щоб підтримувати інтерес до своєї продукції та залучати нових клієнтів, компанії повинні прагнути розширювати асортимент своєї продукції. Також можна розробити дизайнерські лінії з унікальними колірними рішеннями та індивідуальними візерунками, які ще більше підкреслять унікальність їхньої продукції.
- ▶ Зниження виробничих витрат. Щоб залишатися конкурентоспроможними в умовах зростаючої конкуренції, важливо оптимізувати витрати на виробництво бруківки. Цього можна досягти, впроваджуючи нові технології виробництва, автоматизуючи процеси, знижуючи витрати на матеріали

- ▶ Підвищення енергоефективності виробництва. Встановлення сонячних панелей, перехід на енергозберігаючі технології та системи оборотного водопостачання дозволяє значно знизити собівартість продукції та покращити екологічну репутацію компанії.
- ▶ Зосередження на екологічності продукції. Впровадження екологічних рішень у виробництві бруківки може забезпечити значну конкурентну перевагу. Прикладами є виробництво бруківки з перероблених матеріалів та безвідходне виробництво.
- ▶ Посилення маркетингової діяльності та розвиток бренду. Це може включати участь у будівельних виставках, маркетингові кампанії, розвиток соціальних мереж та співпрацю з впливовими людьми. Успішне просування бренду може підвищити впізнаваність продукту, залучити нових клієнтів і зміцнити позиції на ринку.
- ▶ Розширення ринків збуту та вихід на міжнародні ринки. Це буде особливо актуально для країн зі схожими кліматичними умовами та високим попитом на якісні будівельні матеріали.

SWOT-аналіз є ефективним інструментом для оцінки конкурентоспроможності компанії та визначення сильних і слабких сторін, можливостей і загроз

Сильні сторони	Слабкі сторони	Можливості	Загрози
Висока якість продукції: використання сучасних технологій для виготовлення морозостійкої та високоміцної бруківки	Обмежена маркетингова стратегія: компанія не використовує всі доступні канали просування, що знижує обізнаність про ринок	Зростання попиту на екологічно чисті матеріали: нові продукти з екологічно чистих матеріалів можуть відповідати трену сталого розвитку	Конкуренція: посилення конкуренції з боку інших виробників може призвести до зниження цін на витрати частки ринку
Широкий асортимент продукції: різноманіття кольорів, форм і фактур, що задовольняють потреби клієнтів	Залежність від постачальників: сильна залежність від постачання сировини, що може впливати на виробничі процеси	Експансія на нові ринки: можливість виходу на нові регіональні ринки з активним розвитком інфраструктури	Економічна нестабільність: коливання економічних умов можуть знизити попит на будівельні матеріали
Хороша репутація: компанія має добрий імідж на ринку і користується довірою споживачів	Обмеженість ресурсів: відсутність достатніх фінансових ресурсів для масштабування виробництва або інвестицій в інновації	Партнерство з будівельними компаніями: довгострокові контракти з будівельниками можуть забезпечити стабільний попит	Зміни в законодавстві: нові екологічні стандарти можуть вимагати додаткових витрат на адаптацію виробництва

Порівняння споживних властивостей бруківки

Характеристика	"Брук-Тон"	"Мій Двір"	Бучанський завод
Міцність (кг/см ²)	300	250	300-350
Морозостійкість (циклів)	250	220	200
Водопоглинання (%)	<6%	7-8%	5-6%
Естетична якість	Висока, широкий асортимент кольорів і фактур	Середня, обмежений вибір	Висока, різноманітні дизайни
Екологічні міркування	Використання екологічно чистих матеріалів	Відсутні конкретні ініціативи	Перевага на екологічно чистих матеріалах
Ціна (грн/м ²)	299-449	309-765	290-560

Ряд заходів щодо підвищення якості бруківки ТОВ «Брук-Тон»

№	Заходи щодо підвищення якості бруківки	Очікуваний результат
1	Модернізація виробничих потужностей	Зменшення технологічних відхилень, підвищення ефективності та стабільності виробництва.
2	Використання високоякісної сировини	Покращення фізичних властивостей бруківки, таких як міцність, морозостійкість і зниження водопоглинання.
3	Вдосконалений контроль якості на всіх етапах виробництва	Зниження кількості дефектів продукції, забезпечення відповідності стандартам.
4	Підвищення кваліфікації персоналу	Зростання професійних навичок працівників, що забезпечить ефективніше управління процесами виробництва.
5	Впровадження міжнародних стандартів якості	Збільшення довіри споживачів, розширення можливостей для експорту.
6	Дизайнерські інновації та розширення асортименту	Задоволення потреб різних категорій споживачів, покращення конкурентоспроможності.
7	Мінімізація впливу виробництва на навколишнє середовище	Зменшення екологічного навантаження, поліпшення іміджу компанії серед споживачів та партнерів.

Основні тенденції розвитку конкурентоспроможності бруківки

№	Основні тенденції розвитку конкурентоспроможності бруківки	Опис
1	Інновації в технології виробництва	Автоматизація та діджиталізація виробництва, використання нових матеріалів та добавок
2	Зростання попиту на екологічну бруківку	Використання екологічно чистих матеріалів, зниження енергоспоживання у виробництві
3	Підвищення вимог до якості та довговічності продукції	Використання високоякісної сировини і нових добавок, регулярний контроль якості
4	Акцент на кастомізації та різноманітності дизайну	Розробка унікальних дизайнерських рішень, можливість виготовлення бруківки на замовлення
5	Оптимізація операцій за допомогою цифрових технологій	Впровадження систем управління виробництвом, використання CRM-систем
6	Посилення клієнтоорієнтованості та вдосконалення маркетингових стратегій	Активне просування бренду в цифрових медіа, забезпечення легкого доступу до інформації
7	Підвищений рівень сервісу та післяпродажної підтримки	консультації та технічна підтримка, гарантійне та післягарантійне обслуговування

Економічний ефект запропонованих заходів

Заходи	Інвестиції, грн	Очікуваний економічний ефект	Період окупності, роки
1. Модернізація виробничих ліній	1 200 000	Зростання продуктивності на 20%, зменшення дефектів на 15%	2
2. Впровадження ISO 9001	500 000	Підвищення лояльності клієнтів, зменшення рекламаций	1.5
3. Підвищення кваліфікації персоналу	300 000	Зниження витрат на брак на 10%, підвищення якості	1.5
4. Маркетинг та просування бренду	400 000	Збільшення ринкової частки, зростання обсягів продажів на 10%	1
5. Розширення асортименту	250 000	Розширення ринку збуту, зростання продажів на 15%	2
6. Екологічна модернізація	300 000	Покращення іміджу, зниження витрат на утилізацію	3

На основі наданих даних були розраховані основні показники економічної ефективності ТОВ «Брук-Тон».

- ▶ Вихідні дані:
- ▶ Прибуток = 105 366 800 грн
- ▶ Чистий прибуток = 3 496 600 грн
- ▶ Витрати на збут = 550 000 грн

1. Рентабельність продажів (ROS).

Операційна рентабельність продажів показує, який відсоток від обороту становить чистий прибуток. Розраховується за формулою:

- ▶ Рентабельність продажів
- ▶ $ROS = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Дохід}} * 100\%$
- ▶ Підставимо дані:
- ▶ $ROS = \left(\frac{3\,496\,600}{105\,366\,800} \right) * 100\% \approx 3,3\%$

2. Відношення витрат на збут до виручки.

Щоб оцінити вплив витрат на збут, їх можна виразити у відсотках від загального доходу.

- ▶ Частка витрат на збут = $\left(\frac{\text{витрати на збут}}{\text{дохід}}\right) * 100\%$
- ▶ Підставимо дані: Частка витрат на збут = $\left(\frac{550000}{105366800}\right) * 100\% \approx 0,52\%$

3. Рентабельність продажів (РВЗ).

Цей показник відображає ефективність витрат на збут і показує, скільки прибутку згенеровано на одну гривню витрат на збут.

- ▶ Рентабельність витрат на збут (РВЗ) = $\frac{\text{чистий прибуток}}{\text{витрати на збут}}$
- ▶ Підставимо дані: РВЗ = $\frac{3\,496\,600}{550000} \approx 6,3$
- ▶ Це означає, що на кожну гривню, витрачену на збут, підприємство отримує 6,3 тис.грн. чистого прибутку.

Результат:

- ▶ Рентабельність продажів (ROS): 3,3%.
- ▶ Відсоток витрат на збут: 0,52%.
- ▶ Операційний прибуток як відсоток від продажів (ROS): 6,3%.

Ці показники свідчать про те, що прибутковість компанії є на середньому рівні, але є деякі аспекти, які потребують уваги:

- ▶ Показник рентабельності продажів (ROS), рівний 3,3%, вказує на те, що компанія отримала лише невелику чистий прибуток з кожної гривні продажів.
- ▶ Це може бути результатом високих виробничих витрат, цінової конкуренції або поганої оптимізації бізнес-процесів.
- ▶ Відсоток витрат на продаж (0,52%) дуже низький, що свідчить про економічність витрат на продаж товару. Однак зусилля з продажу можуть бути недостатніми, що може вплинути на загальний обсяг продажів і частку ринку.
- ▶ Операційний прибуток у відсотках від продажів (6,3%) перевищує чистий прибуток, що вказує на прибутковість операційної діяльності, але більша частина цього прибутку припадає на податки, фінансові витрати або інші витрати.

Таким чином, для покращення фінансових результатів діяльності ТОВ «Брук-Тон» та підвищення його загальної економічної ефективності слід розглянути наступні заходи:

- ▶ зниження виробничих витрат шляхом модернізації виробництва або оптимізації процесів.
- ▶ покращення якості продукції для підвищення лояльності клієнтів та зменшення кількості рекламаций.
- ▶ розробка стратегій продажів і маркетингу для залучення нових клієнтів і зміцнення позицій на ринку.

Ці заходи допоможуть збільшити прибутковість і підвищити конкурентоспроможність компанії на ринку бруківки.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

- ▶ Асортимент продукції «Брук-Тон» конкурентоспроможний, але потребує оновлення, щоб відповідати вимогам сучасних споживачів, таким як різноманітність форм і кольорів.
- ▶ Поточний рівень якості продукції задовільний, але необхідні поліпшення для підвищення лояльності клієнтів.
- ▶ ТОВ "Брук Тон" має потенціал для підвищення екологічної відповідальності, що позитивно позначиться на репутації компанії і розширить її цільову аудиторію.
- ▶ Необхідно переглянути маркетингову стратегію компанії-недостатні інвестиції в рекламу і промоакції обмежують можливості для збільшення частки ринку.
- ▶ Відсутність інновацій у виробничому процесі обмежує можливості для розвитку і підвищення продуктивності і не дозволяє компанії адаптуватися до швидких змін на ринку.
- ▶ У зв'язку з високою конкуренцією на ринку бруківки компанії необхідно не тільки впроваджувати новітні технології, а й постійно аналізувати і оновлювати свій асортимент.

- ▶ Оптимізувати виробничі процеси та модернізувати обладнання для зниження собівартості продукції.
- ▶ Проводити регулярний аналіз ринку та конкурентів, щоб швидко реагувати на зміни попиту та пристосовувати стратегії до нових ситуацій.
- ▶ Зосередитися на зміцненні репутації та довіри до бренду шляхом побудови сильного бренду, заснованого на якості продукції, екологічній відповідальності та інноваціях.
- ▶ Реалізація цих заходів дозволить підвищити конкурентоспроможність продукції ТОВ «Брук-Тон» на ринку, покращити фінансові показники, залучити нових клієнтів та зміцнити позиції компанії на ринку бруківки.

Дякую за увагу!