

РЕЗЮМЕ (SUMMARY) до кваліфікаційної випускної роботи здобувача:		Горобець Микита Ігорович (ПІБ здобувача українською та англійською)	
ЗВО	Київський національний університет будівництва і архітектури		
Тема (українською та англійською)	Шляхи забезпечення конкурентоспроможності будівельної продукції		
Освітній ступінь	Бакалавр		
Факультет	Будівельний		
Випускова кафедра	Економіка будівництва		
Спеціальність	051 Економіка		
Освітня програма	Економіка підприємства		
Керівник	Запєчна Ю.О.		
Обсяг роботи:	пояснювальна записка, стор.	розділів	слайди
	81	3	20
Розділ 1 Теоретичні основи конкурентоспроможності в будівництві	Поняття конкурентоспроможності продукції: сутність та складові. Фактори впливу на конкурентоспроможність у будівельній галузі Методи та підходи до оцінювання рівня конкурентоспроможності будівельної продукції		
Розділ 2 Економічний аналіз конкурентоспроможності будівельної продукції на прикладі підприємства ТОВ «ОРІЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ»	Загальна характеристика та аналіз економічної діяльності підприємства ТОВ «ОРІЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ» Оцінка рівня конкурентоспроможності газоблоку Стоунлайт 300 D500 G S1 ТОВ «ОРІЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ» Порівняльний аналіз конкурентоспроможності продукції ТОВ «ОРІЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ» із конкурентами		
Розділ 3 Шляхи підвищення конкурентоспроможності будівельної продукції	Стратегії та напрями підвищення конкурентоспроможності будівельної продукції. Сталий розвиток як чинник підвищення конкурентоспроможності будівельної продукції. Розробка пропозицій щодо підвищення конкурентоспроможності продукції на прикладі підприємства ТОВ «ОРІЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ»		
Висновки по роботі:	Продукція ТОВ «ОРІЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ» (газобетонні блоки STONELIGHT 300 D500 G S1) демонструє високий рівень конкурентоспроможності. Розроблені шляхи підвищення конкурентоспроможності		

	<i>враховують інновації, покращення якості, розвиток сервісів, цифровізацію та відповідальне виробництво. В умовах воєнного стану, потреби у швидкому та якісному відновленні житла й інфраструктури роблять енергоефективні, надійні та локально вироблені матеріали особливо актуальними.</i>
<i>Ключові слова:</i> <i>Keywords:</i>	<i>Конкурентоспроможність, будівельна продукція, газобетонні блоки, сталий розвиток, порівняльний аналіз, технічні характеристики, стратегія розвитку, післявоєнне відновлення</i>

Здобувач: Горобець М.І. /

 /

Керівник: Запечна Ю.О. /

/

“ ___ ” _____ 2025 р.

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БУДІВНИЦТВА І
АРХІТЕКТУРИ**

Будівельний факультет

Економіка будівництва

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
ЗДОБУВАЧА СТУПЕНЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ БАКАЛАВР**

на тему:

Шляхи забезпечення конкурентоспроможності будівельної продукції

Горобець Микита Ігорович

Київ 2025 р.

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БУДІВНИЦТВА І
АРХІТЕКТУРИ**

Будівельний факультет

Економіка будівництва

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

_____ Сергій СТЕЦЕНКО

“ ___ ” _____ 2025 року

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
ЗДОБУВАЧА СТУПЕНЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ БАКАЛАВР**

(назва)

Я як здобувач вищої освіти КНУБА розумію і підтримую політику закладу з академічної доброчесності. Я не надавав(-ла) і не одержував(-ла) недозволену допомогу під час підготовки цієї роботи. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

Здобувач Горобець Микита Ігорович.

(прізвище, ім'я та по батькові повністю)

051 Економіка

(спеціальність)

Економіка будівництва

(освітня програма)

Група зЕПс-22

Керівник Запечна Ю.О.

(прізвище та ініціали)

_____ (вчене звання, науковий ступінь)

Рецензент Чуприна Юрій Анатолійович

(прізвище та ініціали)

Ідентичність підтверджую

Київ 2025 р.

ЗМІСТ

Вступ.....	4
Розділ 1. Теоретичні основи конкурентоспроможності в будівництві.....	6
1.1. Поняття конкурентоспроможності продукції: сутність та складові.....	6
1.2. Фактори впливу на конкурентоспроможність у будівельній галузі.....	11
1.3. Методи та підходи до оцінювання рівня конкурентоспроможності будівельної продукції.....	17
Розділ 2. Економічний аналіз конкурентоспроможності будівельної продукції на прикладі підприємства ТОВ «ОРІЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ».....	26
2.1. Загальна характеристика та аналіз економічної діяльності підприємства ТОВ «ОРІЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ».....	26
2.2. Оцінка рівня конкурентоспроможності газоблоку Стоунлайт 300 D500 G S1 ТОВ «ОРІЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ».....	40
2.3. Порівняльний аналіз конкурентоспроможності продукції ТОВ «ОРІЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ» із конкурентами.....	50
Розділ 3. Шляхи підвищення конкурентоспроможності будівельної продукції.....	56
3.1. Стратегії та напрями підвищення конкурентоспроможності будівельної продукції.....	56
3.2. Сталий розвиток як чинник підвищення конкурентоспроможності будівельної продукції.....	62
3.3. Розробка пропозицій щодо підвищення конкурентоспроможності продукції на прикладі підприємства ТОВ «ОРІЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ».....	65
Висновок.....	70
Список використаних джерел.....	73
Додатки.....	78

ВСТУП

У сучасних умовах трансформації національної економіки, спричиненої зовнішніми викликами та наслідками повномасштабної війни, забезпечення конкурентоспроможності продукції набуває стратегічного значення для вітчизняних виробників. Особливо це стосується будівельної галузі, яка є основою для відновлення критичної інфраструктури, реалізації програм житлового будівництва та модернізації міського середовища. В таких умовах конкурентоспроможність продукції визначає не лише здатність підприємства утримуватися на ринку, але й формує його довгострокові перспективи розвитку. Будівельні матеріали, зокрема енергоефективні та екологічно безпечні, є ключовими елементами сучасного будівництва. Автоклавний газобетон, який поєднує у собі хороші теплоізоляційні властивості, високу точність геометрії та екологічну безпеку, виступає важливою складовою цієї категорії продукції. Водночас ринок газоблоків в Україні характеризується високою насиченістю та конкуренцією як серед вітчизняних, так і серед імпортованих виробників, що вимагає від підприємств постійного моніторингу конкурентних позицій та адаптації до ринкових змін.

Метою дослідження даної дипломної роботи є здійснення комплексного аналізу рівня конкурентоспроможності будівельної продукції на прикладі газобетонних блоків виробництва ТОВ «ОРІЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ» та формулювання рекомендацій щодо її підвищення з урахуванням сучасних вимог ринку.

Для досягнення цієї мети у роботі передбачено виконання таких завдань:

- дослідити економічну сутність та структурні компоненти конкурентоспроможності продукції в будівельній галузі;
- охарактеризувати основні методи оцінювання рівня конкурентоспроможності;

- проаналізувати динаміку економічної діяльності підприємства ТОВ «ОРІЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ» за період 2021–2024 рр.;
- визначити ключові технічні та споживчі характеристики продукції підприємства та здійснити їх оцінку з використанням інтегрального підходу;
- провести порівняльний аналіз продукції з виробами основних конкурентів;
- обґрунтувати напрями підвищення конкурентоспроможності продукції та оцінити їх соціально-економічну ефективність.

Об'єктом дослідження виступає процес формування конкурентоспроможності будівельної продукції в умовах трансформаційної економіки.

Предметом дослідження є сукупність економічних механізмів, інструментів і показників, які впливають на конкурентоспроможність газобетонних блоків як продукції будівельного призначення.

Інформаційною базою дослідження є статистичні матеріали, фінансова звітність підприємства ТОВ «ОРІЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ», дані конкурентів, нормативні документи, галузеві аналітичні огляди, а також наукові праці українських дослідників, присвячені питанням оцінки та підвищення конкурентоспроможності продукції.

Практична значущість роботи полягає у можливості застосування результатів дослідження для підвищення ринкових позицій вітчизняних виробників газобетону, формування конкурентних переваг продукції та розробки ефективної маркетингової політики в умовах економічної невизначеності.

Розділ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БУДІВЕЛЬНОЇ ПРОДУКЦІЇ.

1.1. Поняття конкурентоспроможності будівельної продукції: сутність та складові.

У 2025 році питання забезпечення конкурентоспроможності продукції набуло особливої актуальності для підприємств усіх галузей економіки України. Це зумовлено не лише загальносвітовими економічними викликами, а передусім - умовами повномасштабної війни, що кардинально трансформували бізнес-середовище. Для українських виробників, зокрема у будівництві, конкурентоспроможність є не просто показником ефективності, а засобом виживання та адаптації в нестабільному ринковому середовищі.

У сучасній економічній науці конкурентоспроможність продукції визначається як здатність товару витримувати ринкову конкуренцію, задовольняючи потреби споживача більш повно, ефективно та економічно доцільно порівняно з аналогами. Згідно з Пономарьовою С. М., конкурентоспроможність – це спроможність продукції успішно функціонувати на цільовому ринку, забезпечуючи вищу споживчу цінність за оптимального співвідношення ціни, якості та сервісу [1].

Гриньова В. М. зазначає, що конкурентоспроможність - це не лише характеристика товару, а й стратегічна категорія, що визначає життєздатність підприємства в умовах динамічної зміни ринкової ситуації [2]. На її думку, в умовах війни, руйнування інфраструктури та скорочення інвестицій це поняття набуває особливого змісту - як здатність підприємства залишатися ефективним, стабільним і адаптивним навіть за надзвичайних обставин. Подібний акцент робить і Савчук В. С., підкреслюючи, що високий рівень конкурентоспроможності є фундаментом для формування стійкої ринкової позиції, прибутковості та стратегічного розвитку підприємства [3].

У наукових працях вітчизняних дослідників також наводиться ціла низка визначень поняття конкурентоспроможності продукції. Зведені у таблицю, вони демонструють багатогранність підходів до розуміння сутності цієї категорії, що дає змогу зробити глибші теоретичні висновки.

Табл. 1.1. Визначення поняття “конкурентоспроможність” різними авторами

Автор(и)	Суть визначення конкурентоспроможності
Пономарьова С. М.	Спроможність продукції функціонувати на цільовому ринку з високою споживчою цінністю при оптимальному співвідношенні ціни, якості та сервісу.
Гриньова В. М.	Стратегічна категорія, що визначає життєздатність підприємства в умовах змін ринку.
Савчук В. С.	Фундамент для стійкої ринкової позиції, прибутковості та стратегічного розвитку підприємства.
Бондар Ю. А., Лепінькова Н. І., Фабрика І. В.	Багатофакторне поняття, що охоплює технічні та ринкові аспекти і комерційну реалізацію.
Бурчак І. В., Білецький О. О.	Здатність створювати продукцію з привабливішими характеристиками, ніж у конкурентів.
Каращук В.	Інтегральний показник, що враховує здатність адаптуватися до змін зовнішнього середовища.
Кучер С. Ф., Васильєв В. Г.	Вихідна категорія для формування системи сталого функціонування підприємства.
Серелинська В. М., Загородна О. М.	Комплексна характеристика, що показує переваги товару при менших витратах у порівнянні з аналогами.

Так, Бондар Ю. А., Лепінькова Н. І. та Фабрика І. В. [4] трактують конкурентоспроможність як багатофакторне поняття, що охоплює не лише техніко-технологічні особливості виробництва, а й відповідність продукції потребам споживачів, ситуації на ринку та умовам її комерційної реалізації. Підкреслюється, що успішність товару на ринку визначається комплексом споживчих і цінових характеристик, які формують його ринкову цінність.

Бурчак І. В. та Білецький О. О. [5] наголошують на здатності підприємства створювати, виробляти та продавати товари, характеристики яких - як цінові, так і нецінові - є привабливішими, ніж у аналогічній продукції конкурентів. Такий підхід акцентує увагу на порівняльній природі конкурентоспроможності, а також на взаємозв'язку між якістю, вартістю та споживчою привабливістю.

У визначенні, наведеному Каращуком В. [6], конкурентоспроможність розглядається як інтегральний показник, що відображає не лише поточні ринкові позиції підприємства, але й його здатність адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі. Це свідчить про зв'язок конкурентоспроможності з рівнем стратегічного управління та інноваційної активності підприємства.

Кучер С. Ф. та Васильєв В. Г. [7] вважають конкурентоспроможність продукції вихідною категорією, яка лежить в основі формування системи забезпечення сталого функціонування підприємства. У їхньому визначенні робиться акцент на необхідності системного підходу до управління конкурентними перевагами підприємства в умовах динамічного ринку.

Нарешті, Серелинська В. М. та Загородна О. М. [8] визначають конкурентоспроможність як комплексну характеристику, що показує переваги товару за рівнем задоволення потреб споживача при менших витратах у порівнянні з аналогами. У цьому підході конкурентоспроможність прямо пов'язана із критерієм ефективності - співвідношенням цінності продукції до витрат споживача.

Аналіз наведених визначень свідчить про існування кількох підходів до трактування сутності конкурентоспроможності: від акценту на властивостях

продукції до розгляду організаційної здатності підприємства адаптуватися, а також від орієнтації на ринок і споживача до оцінки довгострокової стійкості в умовах конкуренції. Це дозволяє розглядати конкурентоспроможність продукції як багаторівневу категорію, що поєднує в собі технічні, економічні та стратегічні елементи.

На думку низки провідних вітчизняних науковців та практиків, конкурентоспроможність продукції не є абстрактною категорією - вона формується як цілісна система, в якій кожна складова взаємодіє з іншими та підсилює загальну ринкову позицію товару. Ключовими елементами цієї системи є:

- Якість - серцевина споживчої цінності. Йдеться не лише про відповідність технічним нормам, а й про функціональність, довговічність, екологічну безпеку та здатність продукції відповідати сучасним вимогам будівництва.

- Ціна - потужний інструмент конкуренції. Вона оцінюється не ізольовано, а в поєднанні з якістю, співвідношенням «ціна-цінність», порівнянням із середньоринковими показниками та сприйняттям вигідності придбання для кінцевого споживача.

- Інноваційність - фактор, що вирізняє продукт на фоні типових пропозицій. У будівельній сфері це може проявлятися у впровадженні новітніх технологій виробництва, застосуванні BIM-моделювання, автоматизації, нових типів сировини, що підвищують ефективність та швидкість реалізації проєктів.

- Сервіс - продовження цінності товару за межами продажу. Професійна технічна підтримка, післягарантійне обслуговування, доступ до консультацій і швидке реагування на запити клієнтів підвищують лояльність і формують довіру до бренду.

- Імідж - емоційна складова конкурентоспроможності. Сюди входить не лише ділова репутація виробника, а й його соціальна відповідальність, публічна

активність, сталість бізнесу в умовах кризи, що створює додану вартість на рівні сприйняття.

Усі ці компоненти у сукупності формують багатовимірний портрет конкурентоспроможної продукції, здатної витримувати ринковий тиск і відповідати запитам сучасного, інформованого споживача [1].

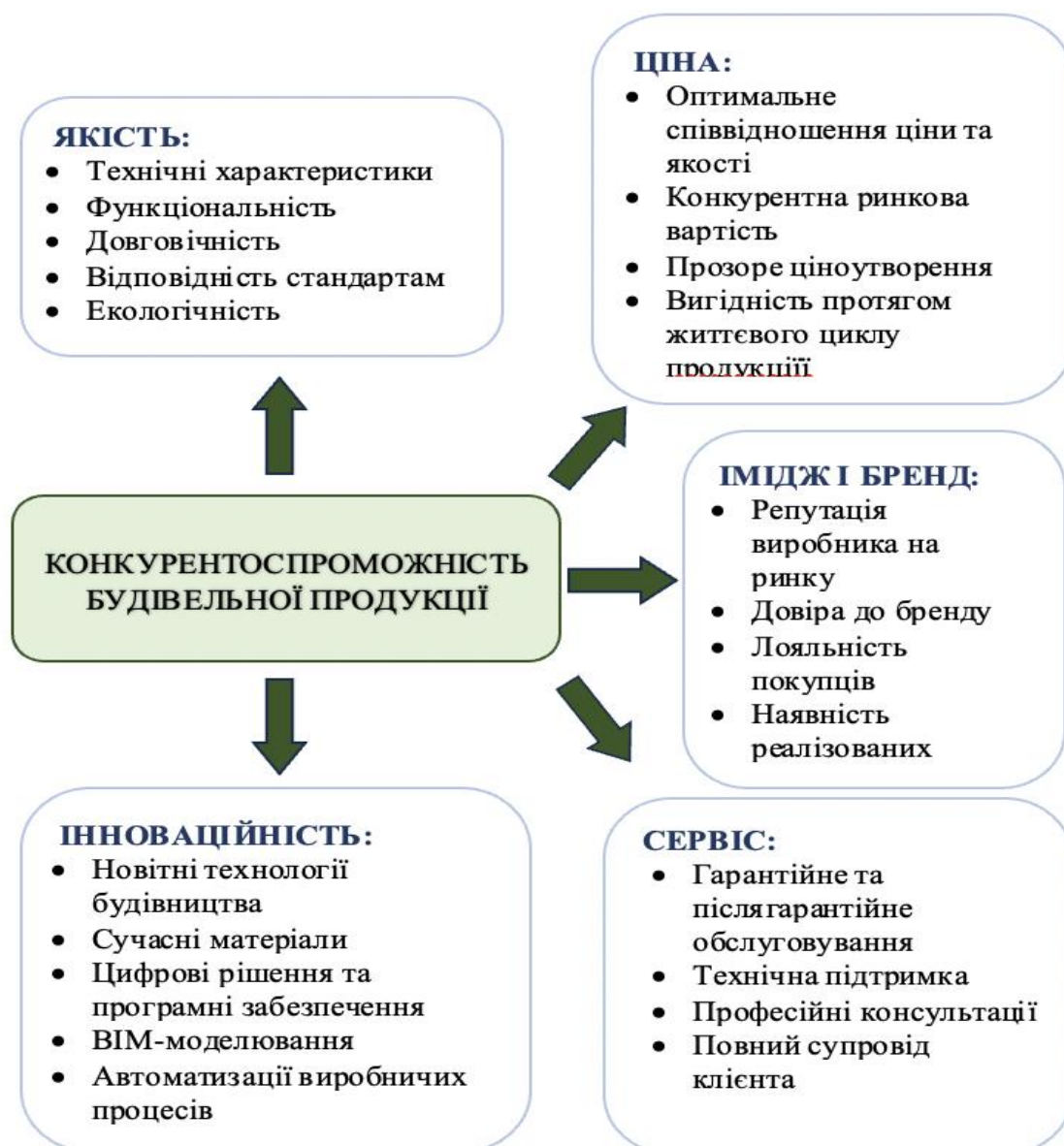


Рис. 1.1. Складові конкурентоспроможності продукції.

Узагальнюючи вищезазначене, можна зробити висновок, що конкурентоспроможність будівельної продукції формується на стику технічної

досконалості, економічної доцільності, інноваційного підходу та репутаційної складової. Усі ці елементи взаємодіють між собою та обумовлюють загальну ринкову ефективність товару. При цьому їх значущість може змінюватися залежно від макроекономічних обставин, рівня розвитку ринку, споживчих очікувань та стратегічних цілей самого підприємства. Саме комплексне розуміння та управління цими складовими дозволяє компаніям досягати сталих конкурентних позицій на ринку.

Особливої ваги це поняття набуває у воєнний і післявоєнний період в Україні, коли будівельна галузь виконує стратегічну функцію у процесах відновлення інфраструктури, забезпечення житлом та економічної стабілізації. У таких умовах конкурентоспроможна продукція перестає бути лише товаром на ринку - вона стає інструментом економічного зростання, фактором довіри суспільства та засобом стійкого розвитку держави.

Саме тому розуміння сутності, структури й особливостей конкурентоспроможності продукції є не лише теоретичною необхідністю, а й практично важливим інструментом для прийняття ефективних управлінських рішень у сучасній будівельній галузі.

1.2. Фактори впливу на конкурентоспроможність у будівельній галузі.

Конкурентоспроможність продукції формується під впливом численних внутрішніх та зовнішніх факторів. Їхня взаємодія визначає, наскільки ефективно підприємство зможе реалізувати свої вироби чи послуги на ринку, витримати конкурентний тиск, зберегти прибутковість та забезпечити сталий розвиток. Особливо гостро питання факторного впливу постає у 2025 році в Україні, де підприємства функціонують в умовах воєнного стану, високої економічної

турбулентності, перебоїв з постачанням матеріалів, кадрового дефіциту та загального зниження купівельної спроможності населення.

Саме тому аналіз чинників, які формують конкурентоспроможність у будівельній галузі, має не лише теоретичне, але й практичне значення для формування дієвих управлінських стратегій.



Рис. 1.2. Фактори впливу на конкурентоспроможність.

Зовнішні фактори впливу:

1. Війна та макроекономічна нестабільність.

Згідно з даними Програми розвитку ООН, понад 30% будівельної інфраструктури в Україні було пошкоджено або зруйновано протягом 2022–2024 років [9]. Водночас за цей самий період рівень інфляції у сфері будівництва перевищив 45%, а вартість основних будівельних матеріалів зросла на 60–90% у порівнянні з довоєнними показниками [10].

Ці чинники суттєво знижують конкурентоспроможність будівельної продукції в Україні на глобальному ринку та в середині країни: через зростання собівартості, порушення ланцюгів постачання, ризики з боку замовників, коливання валюти та невизначеність у плануванні інвестицій.

2. Державне регулювання та політика підтримки.

Будівельна галузь в Україні є однією з найбільш регульованих: від проєктування до здачі об'єкта в експлуатацію діють норми ДБН, стандарти енергоефективності, пожежної та екологічної безпеки. У період війни Уряд України запровадив спрощені механізми отримання дозволів, зменшив вимоги до містобудівної документації в окремих регіонах, а також розпочав програми стимулювання відбудови (наприклад, відбудова через фонд United24) [9].

Проте нестабільність законодавчої бази, часті зміни регламентів та тривалі бюрократичні процедури досі залишаються значним бар'єром для підвищення конкурентоспроможності галузі

3. Зовнішня конкуренція та імпорту матеріалів.

Через зруйновані логістичні шляхи імпорту частини матеріалів зменшився, однак на українському ринку почали активно з'являтися зарубіжні постачальники, зокрема з Туреччини, Польщі, Китаю. Вони пропонують швидкі рішення, нижчу ціну, уніфіковані технології, що створює новий формат конкуренції для українських виробників, які обмежені у фінансових і матеріальних можливостях [11].

4. Зміни в поведінці споживачів.

Клієнти стали більш обережними, раціональними та вимогливими. Вони очікують:

- енергоефективність будівель;
- стійкість до пошкоджень (особливо в прифронтових регіонах);
- наявність укриттів або подвійного призначення приміщень;
- гарантії надійності компанії: фінансова стабільність, досвід роботи в умовах війни, адаптивність проєктів.



Рис.1.3. Зовнішні фактори впливу на конкурентоспроможність.

На відміну від зовнішніх викликів, на які підприємства не завжди можуть вплинути безпосередньо, внутрішні фактори є результатом управлінських рішень, корпоративної культури, інвестиційної політики та здатності адаптуватися до нових умов. У 2025 році в умовах воєнного стану саме внутрішні ресурси та гнучкість підприємства стали ключовими основами виживання та розвитку в будівельній сфері.

Внутрішні фактори впливу:

1. Якість організаційного та стратегічного управління.

В умовах кризи управління переходить з «рутинного» в «антикризове». Саме ті компанії, які впровадили гнучкі стратегії, змогли не лише втриматись на ринку, а й переорієнтуватися на нові цільові сегменти, зокрема - на відбудову інфраструктури, реконструкцію житлового фонду, тимчасові споруди для ВПО.

Основні управлінські рішення, які виявились ефективними:

- цифровізація процесів - запровадження CRM-систем, онлайн-контролю за будівництвом, автоматизованого обліку витрат;

- локалізація постачання - відмова від дорогих імпортованих матеріалів на користь національних альтернатив;
- проєктний підхід до реконструкції - створення команд швидкого реагування на термінові об'єкти;
- розширення партнерств - співпраця з місцевою владою, НГО, іноземними фондами.

Компанії, які мислять стратегічно і не бояться змінювати бізнес-модель, демонструють вищу стійкість до турбулентності [13].

2. Інноваційність та технологічна гнучкість.

Інновації у 2025 році - це не тренд, а необхідність. Компанії, що впроваджують новітні рішення, отримують перевагу не лише у витратах, а й у швидкості, безпеці, зручності монтажу.

Найбільш актуальні технології:

- BIM-моделювання (Building Information Modeling) - дозволяє планувати проєкти з точністю до кожної труби чи розетки, прогнозувати витрати, ризики, строки;
- модульне будівництво - надзвичайно актуальне в умовах необхідності швидкого зведення житла, шкіл, медичних закладів у зруйнованих громадах;
- 3D-друк архітектурних форм - поки що інновація на стартовому етапі, але вже використовується в пілотних проєктах соціального житла;
- енергоефективні матеріали - від газоблоків з низькою теплопровідністю до фарб зі світловідбивними властивостями.

Така технологічна база зменшує собівартість, скорочує терміни та дозволяє реалізовувати проєкти навіть у важкодоступних регіонах [12].

3. Кадровий потенціал і система навчання.

Одним із найгостріших питань залишається дефіцит кваліфікованих кадрів, спричинений мобілізацією, міграцією та старінням профільного

персоналу. Особливо страждають регіональні будівельні компанії, які не мають ресурсів для «переманювання» працівників.

Кращі підприємства вирішують це системно:

- створюють внутрішні програми навчання - курси для робітників, майстрів, інженерів;
- впроваджують механізми наставництва - передача знань від досвідчених працівників молодим;
- автоматизують рутинні процеси (документообіг, облік, контроль за процесами);
- співпрацюють з професійними училищами та університетами - формують довгостроковий кадровий резерв.

Високий рівень людського капіталу сьогодні - це не витрата, а інвестиція в стабільність і довіру до бренду.

4. Фінансова гнучкість і адаптивність до криз.

Нестабільність фінансових потоків, затримки з оплатами, високі ризики зриву проєктів вимагають від підприємств максимальної гнучкості у бюджетуванні.

Успішні компанії:

- переходять на коротші проєктні цикли (3–6 місяців замість 1–2 років);
- оптимізують витрати за рахунок аутсорсингу, мінімізації офісних функцій;
- шукають альтернативні джерела фінансування - гранти, міжнародні програми, фандрейзинг;
- відмовляються від кредитів у національній валюті з високими ставками на користь лізингу або розтермінування.

За даними галузевих оглядів, саме фінансово стабільні підприємства змогли швидше відновити роботу після обстрілів чи втрати складів і не припинили операційну діяльність у 2022–2024 роках [13].



Рис.1.4. Внутрішні фактори впливу на конкурентоспроможність.

Внутрішні фактори конкурентоспроможності у будівельній галузі - це не просто перелік характеристик, а відображення рівня зрілості та готовності підприємства діяти в умовах постійної невизначеності. В умовах сучасної України, кожне внутрішнє рішення - від вибору постачальника до стратегії управління ризиками - може визначити, чи зможе компанія не лише зберегти позиції, але й стати рушієм відбудови країни.

1.3.Методи та підходи оцінювання конкурентоспроможності будівельної продукції.

У сучасних умовах високої динаміки ринку, нестабільного макроекономічного середовища та постійної трансформації попиту особливого значення набуває не лише виробництво якісної будівельної продукції, а й

здатність підприємства адекватно та своєчасно оцінювати її конкурентоспроможність.

Для будівельної галузі, яка у 2025 році в Україні одночасно виконує роль драйвера економіки та інструмента післявоєнного відновлення, оцінювання конкурентоспроможності продукції перетворюється на стратегічний інструмент управління. Воно дозволяє:

- оперативно адаптувати товарну політику під запити цільових аудиторій;
- визначити сильні й слабкі сторони порівняно з конкурентами;
- оптимізувати витрати на розробку нових матеріалів та вдосконалення вже існуючих;
- формувати інвестиційно привабливий імідж підприємства, демонструючи потенційним партнерам рівень продукції;
- реагувати на виклики війни - зміну попиту, доступність сировини, інфляційні коливання, тощо [14].



Рис.1.5. Роль оцінювання конкурентоспроможності у стратегічному управлінні підприємством.

Оцінювання конкурентоспроможності є багатограним процесом, який передбачає врахування як кількісних параметрів (фізико-технічні характеристики, ціна, витрати на виробництво, частка ринку), так і якісних аспектів (імідж бренду, рівень сервісу, лояльність клієнтів, екологічність) [15].

У практиці економічного аналізу сформувалася ціла низка методів оцінки конкурентоспроможності, які відрізняються за своєю структурою, складністю застосування, сферою використання та ступенем точності. Їх можна умовно класифікувати за кількома ознаками:

- за суб'єктом порівняння (зовнішня – порівняння з конкурентами, внутрішня – аналіз динаміки показників підприємства);
- за використанням критеріїв (однофакторні, багатофакторні);
- за типом даних (експертні, статистичні, аналітичні);
- за напрямом оцінки (продуктова, корпоративна, галузева) [16].



Рис.1.6. Класифікація методів оцінки конкурентоспроможності.

Зважаючи на важливість своєчасної діагностики конкурентних позицій підприємства, особливо в умовах постійних ринкових викликів, доцільним є системний розгляд основних підходів до оцінювання конкурентоспроможності будівельної продукції. У подальшому підрозділі буде проаналізовано найпоширеніші методи, які використовуються як у науковій практиці, так і безпосередньо в діяльності вітчизняних підприємств:

- комплексний (інтегральний) метод [17];
- метод порівняльного аналізу (бенчмаркінг) [18];
- бальний метод (експертна оцінка) [19];
- метод анкетування / споживчої переваги [20];
- метод життєвого циклу продукції (LCC – Life Cycle Costing) [21];
- метод економічної ефективності [22];
- SWOT-аналіз [23].

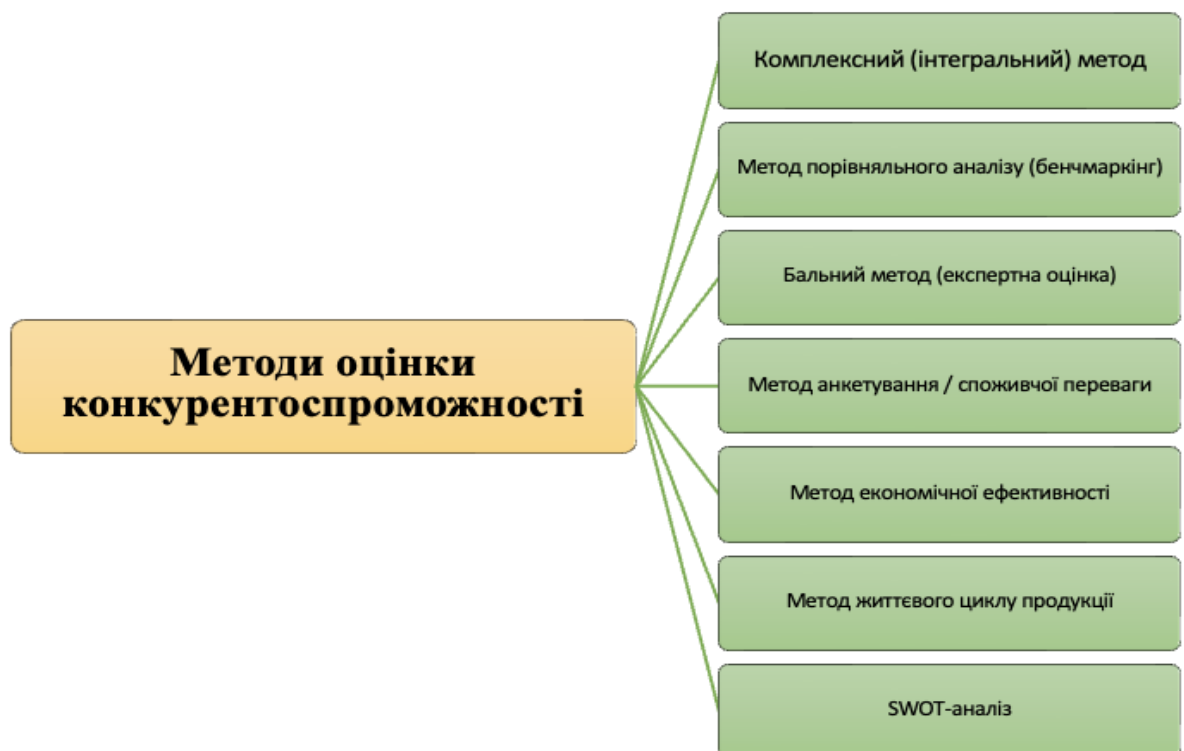


Рис.1.7. Методи оцінки конкурентоспроможності.

Комплексний (інтегральний) метод.

Цей підхід ґрунтується на нормуванні показників досліджуваної продукції відносно еталонного зразка та обчисленні інтегрального коефіцієнта конкурентоспроможності. До уваги береться низка параметрів - ціна, якість, надійність, інноваційність, екологічність - кожен із яких має свою вагу.

Приклад застосування: порівняння теплоізоляційних матеріалів різних виробників для проєкту енергоефективного будинку.

Переваги: комплексність, висока точність за наявності повної інформації, можливість ранжування альтернатив.

Особливості: потребує якісних даних, часто застосовується у тендерах, техніко-економічному обґрунтуванні та інвестиційних проєктах [17].

Метод порівняльного аналізу (бенчмаркінг).

Передбачає зіставлення характеристик продукції з найкращими ринковими аналогами. Метод дозволяє визначити позицію підприємства та виявити його конкурентні переваги або недоліки.

Приклад застосування: аналіз вартості та термінів здачі житлових комплексів у межах одного району.

Переваги: простота, орієнтація на реальні ринкові дані, можливість швидкого впровадження.

Особливості: не враховує стратегічних змін і ринкової динаміки [18].

Бальний метод (експертна оцінка).

Базується на оцінюванні продукції групою експертів за шкалою (наприклад, від 1 до 10) за низкою заздалегідь визначених критеріїв. Після зважування показників підраховується загальний або інтегральний бал.

Приклад застосування: експертна оцінка комфортності й архітектурної привабливості типів модульного житла для внутрішньо переміщених осіб.

Переваги: універсальність, можливість використання при обмеженості кількісних даних, урахування суб'єктивних, але важливих чинників.

Особливості: результати залежать від досвіду та кількості експертів; доцільно комбінувати з іншими методами [19].

Метод анкетування (споживчої переваги).

Цей метод передбачає проведення опитувань цільової аудиторії з метою виявлення споживчих очікувань, потреб і критеріїв вибору продукції.

Приклад застосування: опитування внутрішньо переміщених осіб щодо вимог до тимчасового житла (наявність санвузла, утеплення, шумоізоляція, співвідношення ціни та зручності).

Переваги: орієнтація на реальні очікування споживачів, можливість сегментації ринку.

Особливості: метод не дає кількісної оцінки й потребує доповнення іншими методами аналізу [20].

Метод життєвого циклу продукції (Life Cycle Costing, LCC).

Оцінюється повна вартість володіння продукцією протягом усього її життєвого циклу - від закупівлі до утилізації. Метод дозволяє враховувати довгострокову економічну ефективність.

Приклад застосування: оцінка витрат на експлуатацію традиційного житлового будинку порівняно з «розумним» будинком, обладнаним автоматизованою системою клімат-контролю.

Переваги: орієнтація на довгострокову вигоду, доцільність використання у стратегічному плануванні.

Особливості: потребує наявності достовірних прогнозних або історичних даних [21].

Метод економічної ефективності.

Грунтується на фінансовому аналізі, що включає розрахунки прибутку, рентабельності, строку окупності, чистої приведеної вартості та інших ключових показників ефективності.

Приклад застосування: фінансова оцінка реконструкції пошкодженого об'єкта - інвестиції в утеплення та відновлення фасадів із розрахунком очікуваного прибутку.

Переваги: об'єктивність, зрозумілість для інвесторів, адаптивність до інвестиційних проєктів.

Особливості: не враховує нефінансові аспекти, такі як екологічність, імідж чи соціальна значущість [22].

SWOT-аналіз.

Метод стратегічного аналізу, що дозволяє визначити сильні (Strengths) і слабкі (Weaknesses) сторони продукції, а також виявити зовнішні можливості (Opportunities) і загрози (Threats).

Приклад застосування: SWOT-аналіз компанії, що займається будівництвом індивідуальних укриттів; виявлення таких сильних сторін, як швидкий монтаж, та загроз - наприклад, скорочення державного фінансування.

Переваги: надання стратегічного бачення, ідентифікація ризиків і перспектив.

Особливості: якість результату залежить від повноти аналітичної бази; рекомендується комбінування з кількісними методами [23].

Табл. 1.2. Порівняння методів оцінки конкурентоспроможності продукції.

Метод	Приклад застосування	Переваги	Особливості
Комплексний (інтегральний)	Порівняння теплоізоляційних матеріалів для енергоефективного будинку	Комплексність, точність, ранжування альтернатив	Потребує повної і якісної інформації

Продовження таблиці 1.2

Порівняльний (бенчмаркінг)	Аналіз вартості та термінів здачі ЖК у межах району	Простота, орієнтація на ринок, швидкість	Не враховує стратегічні зміни
Бальний метод (експертна оцінка)	Оцінка комфортності модульного житла для ВПО	Універсальність, можливість при обмежених даних	Залежить від експертів, краще комбінувати
Метод анкетування (споживчі переваги)	Опитування ВПО щодо вимог до тимчасового житла	Орієнтація на споживача, сегментація ринку	Не дає кількісної оцінки, потрібне доповнення
Метод життєвого циклу (LCC)	Оцінка витрат на експлуатацію «розумного» будинку	Оцінка довгострокової ефективності	Потрібні достовірні прогнози/історичні дані
Метод економічної ефективності	Оцінка реконструкції фасадів з очікуваним прибутком	Об'єктивність, зрозумілість для інвесторів	Не враховує нефінансові аспекти
SWOT-аналіз	SWOT-аналіз компанії з індивідуальних укриттів	Стратегічне бачення, виявлення ризиків і можливостей	Результат залежить від повноти аналітики

Методи оцінювання конкурентоспроможності продукції відіграють ключову роль у забезпеченні адаптивності, гнучкості та життєздатності

підприємств у сучасному динамічному середовищі. Вони дозволяють не лише виявляти поточний рівень ринкових переваг, а й формувати обґрунтовані управлінські рішення щодо розвитку продукції, оптимізації витрат, підвищення споживчої цінності та коригування стратегічного вектора. Кожен із розглянутих підходів - від кількісних до експертно-якісних і стратегічних - має власні переваги та обмеження, що визначають доцільність його використання залежно від конкретної ситуації.

Особливої актуальності методи конкурентного аналізу набувають в умовах війни, коли підприємства стикаються з нестачею ресурсів, логістичними обмеженнями, зниженням платоспроможного попиту та невизначеністю ринкових перспектив. У такому контексті саме поєднання кількісних оцінок (економічна ефективність, життєвий цикл, бенчмаркінг) із якісними інструментами (SWOT-аналіз, експертні оцінки, опитування споживачів) дозволяє отримати більш збалансовану, глибоку та стратегічно релевантну картину.

Комплексний підхід до оцінювання конкурентоспроможності стає не лише засобом адаптації до короткострокових змін, а й потужним інструментом довгострокового планування, інноваційного розвитку та формування довіри серед споживачів, інвесторів і партнерів. Для підприємств будівельної галузі, що діють у складному середовищі післявоєнного відновлення України, системна робота з оцінкою конкурентоспроможності є фундаментом для зміцнення ринкових позицій, ефективної трансформації та побудови стійких моделей зростання.

РОЗДІЛ 2. Економічний аналіз конкурентоспроможності будівельної продукції на прикладі підприємства ТОВ «ОРІЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ».

2.1. Загальна характеристика та аналіз економічної діяльності підприємства ТОВ «ОРІЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ».

Товариство з обмеженою відповідальністю «ОРІЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ» - це виробниче підприємство, засноване у 2009 році, основною сферою діяльності якого є виготовлення газобетонних блоків для житлового, громадського та промислового будівництва. Юридична адреса підприємства: Україна, 07400, Київська область, м. Бровари, бульвар Незалежності, будинок 28 А. Код ЄДРПОУ - 36108100 [24].

ТОВ «ОРІЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ» - це підприємство повного циклу, яке поєднує високотехнологічне виробництво, якісну продукцію та сучасний підхід до управління. В основі виробництва - технологія автоклавного газобетону під торговою маркою STONELIGHT, що визнана однією з провідних на українському ринку [25].

Підприємство володіє сучасною виробничою лінією європейського зразка, яка забезпечує високу точність геометричних розмірів виробів, стабільну щільність, низьку теплопровідність та відповідність європейським стандартам екологічності. Продукція ТОВ «ОРІЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ» характеризується високими теплоізоляційними властивостями, низьким водопоглинанням та стійкістю до морозів, що робить її придатною для широкого спектру будівельних об'єктів [26].

У складі підприємства функціонує власна лабораторія контролю якості, логістичний відділ та інженерно-конструкторська служба. Розвинута інфраструктура дозволяє оперативно постачати продукцію по всій території

України. Також підприємство активно співпрацює з дистриб'юторами, забудовниками та підрядниками.

Станом на 2024 рік на підприємстві працює 362 особи (див. Додаток 1). Кваліфікований персонал є одним із ключових ресурсів компанії, що забезпечує сталу якість продукції та розвиток інновацій. Внутрішня система управління охоплює технічні, економічні та соціальні аспекти роботи підприємства.

Розмір статутного капіталу становить 149 740 290 грн [25], що забезпечує фінансову стійкість та інвестиційну привабливість товариства. Джерелами фінансування діяльності підприємства виступають як власний капітал, так і залучені кошти - зокрема довгострокові зобов'язання, які використовуються на модернізацію основних засобів і впровадження нових технологій [25].

ТОВ «ОРИЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ» зареєстроване як платник ПДВ, має відкриті поточні рахунки в банках, дотримується вимог чинного законодавства у сфері оподаткування, бухгалтерського обліку та фінансової звітності. Підприємство діє відповідно до Статуту, Господарського та Цивільного кодексів України, а також Закону України «Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю» [24].

Місією підприємства є виробництво якісної, енергоефективної та екологічної продукції для сучасного будівництва, забезпечення довготривалої співпраці з партнерами, а також внесок у розвиток економіки України в умовах воєнного стану. Серед стратегічних цілей компанії - підвищення ринкової частки, розвиток нових напрямів продукції, розширення географії постачання, а також іміджева підтримка українського виробника як надійного партнера.

Табл 2.1. Загальна характеристика ТОВ «ОРИЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ».

Ознаки	Характеристика підприємства
Повне найменування юридичної особи	Товариство з обмеженою відповідальністю «ОРИЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ»

Продовження таблиці 2.1

Назва англійською	TOVARISTVO Z OBMEZHENOYU VIDPOVIDALNISTYU ORIENTIR-BUDELEMENT (LTD ORIENTIR-BUDELEMENT)
Організаційно-правова форма	Товариство з обмеженою відповідальністю
Форма власності	Приватна
Тип учасника	Суб'єкт господарювання, юридична особа
Код за ЄДРПОУ	36108100
Дата реєстрації	26.01.2009
Основний вид діяльності	23.61 Виробництво виробів із бетону для будівництва
Інші види економічної діяльності	43.39 Інші роботи із завершення будівництва 71.12 Діяльність у сфері інжинірингу, геології та геодезії, надання послуг технічного консультування в цих сферах 41.10 Організація будівництва будівель
Місцезнаходження юридичної особи	Україна, 07400, Київська обл., м. Бровари, бульвар Незалежності, будинок 28 А
Чисельність працівників	362 особи (2024 рік)
Статутний капітал	149 740 290,00 грн
Міжміський код та телефон	+380445685119

Загальна характеристика підприємства дозволяє окреслити його організаційну структуру, види діяльності, масштаби виробництва, а також

стратегічні орієнтири розвитку. Однак для повного розуміння економічного потенціалу ТОВ «ОРІЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ» доцільно провести аналіз його фінансово-господарської діяльності в динаміці.

Наявність фінансової звітності за 2021 та 2022 роки дозволяє виявити основні тенденції змін у динаміці фінансових показників підприємства до початку та в перший рік воєнного періоду. Це, своєю чергою, забезпечує прикладний характер аналізу та обґрунтованість подальших висновків щодо ефективності господарської діяльності ТОВ «ОРІЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ» (див. Додаток 2).

У таблиці 2.2 подано порівняльні значення ключових фінансових показників за два звітні роки, що дозволяє здійснити кількісну та якісну оцінку результатів діяльності підприємства в умовах воєнного стану.

Табл 2.2. Динаміка окремих фінансових показників ТОВ «ОРІЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ» у 2021–2022 роках.

Показник	2021 рік	2022 рік	Зміна
Чистий дохід	2 092 815 тис. грн	2 090 003 тис. грн	майже без змін (-0.1%)
Собівартість реалізації	1 431 624	1 395 500	↓ -2.5%
Чистий прибуток	361 372	102 742	↓ -72%
Поточні зобов'язання	301 098	174 521	↓ -42%
Оборотні активи	462 304	687 821	↑ +49%
Працівників (середньообліково)	307	339	↑ +10%

Аналіз таблиці свідчить про те, що попри складні воєнні умови, підприємству вдалося зберегти стабільний обсяг чистого доходу - зменшення становить лише 0,1 %, що свідчить про збереження основних каналів збуту та

попиту на продукцію. Разом із тим, спостерігається значне скорочення чистого прибутку - з 361,4 млн грн у 2021 році до 102,7 млн грн у 2022 році, тобто майже в 3,5 раза.

Головною причиною такого зниження стали інші операційні витрати, які зросли у понад 16 разів - із 26,5 млн грн до 437,7 млн грн. Це може свідчити про переоцінку активів, часткові втрати майна, збої в ланцюгах постачання, підвищення витрат на енергоресурси або кризові витрати, пов'язані з війною.

Водночас, підприємству вдалося скоротити витрати на збут (на 12,5 %), що може бути ознакою переходу до режиму економії, оптимізації логістики або зменшення маркетингової активності. Зниження фінансових витрат також може вказувати на часткове погашення позик або зменшення банківського кредитування.

Примітно, що за внутрішніми даними (див. Додаток 2), у 2022 році зросла кількість працівників порівняно з попереднім роком. Це може бути наслідком залучення додаткового персоналу в межах програм відновлення та підтримки виробництва.

Загалом, можна стверджувати, що у 2022 році ТОВ «ОРІЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ» зберегло операційну стабільність, однак рівень прибутковості зазнав істотного зниження, що є очікуваним у кризових умовах.

Наступним етапом дослідження є аналіз динаміки ключових економічних показників ТОВ «ОРІЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ» за 2021, 2022 та 2024 роки, що дозволить виявити тенденції змін під впливом зовнішніх факторів та оцінити ефективність відновлення діяльності підприємства у післякризовий період.

Таблиця 2.3. Основні економічні показники ТОВ «ОРІЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ»
2021, 2022 і 2024 рр.

Показник	2021 рік	2022 рік	2024 рік
Чистий дохід	2 092 815	2 090 003	3 230 102

Продовження таблиці 2.3

Собівартість реалізації	1 431 624	1 395 500	1 965 739
Валовий прибуток	661 191	694 503	1 264 363
Адміністративні витрати	44 956	53 674	532 529
Витрати на збут	66 908	58 585	22 786
Інші операційні витрати	26 512	437 678	-
Фінансові витрати	203 558	175 355	-
Чистий прибуток	361 372	102 742	578 493
Необоротні активи	777 289	706 299	99 509
Оборотні активи	462 304	687 821	1 430 244
Поточні зобов'язання	301 098	174 521	423 825
Власний капітал	(28 149)	21 903	704 317
Середньооблікова працівників	кількість 307	339	362

Чистий дохід від реалізації продукції є одним із ключових показників, що характеризує масштаб господарської діяльності підприємства та рівень реалізації продукції на ринку. У 2021 році його обсяг становив 2 092 815 тис. грн. У 2022 році показник залишився практично незмінним і склав 2 090 003 тис. грн. У 2024 році зафіксовано суттєве зростання - до 3 230 102 тис. грн (див. Додаток 1).

Зростання доходу у 2024 році на 54,3 % порівняно з 2021 роком свідчить про позитивну динаміку у фінансово-господарській діяльності підприємства. Така тенденція може бути результатом активізації збутової політики, підвищення продуктивності, розширення клієнтської бази або зміцнення ринкових позицій компанії.

Загалом, аналіз чистого доходу вказує на стабільний розвиток підприємства протягом досліджуваного періоду з чітко вираженою тенденцією до зростання.



Рис. 2.1. Динаміка чистого доходу ТОВ «ОРІЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ»
2021, 2022 і 2024 рр.

Собівартість реалізованої продукції є одним із ключових показників, що відображає витрати підприємства на виробництво товарів і суттєво впливає на фінансові результати. У 2021 році цей показник становив 1 431 624 тис. грн. У 2022 році він дещо знизився - до 1 395 500 тис. грн (на 2,5 %), тоді як у 2024 році зафіксовано зростання до 1 965 739 тис. грн (див. Додаток 1,2).

Зниження собівартості у 2022 році може бути пов'язане з внутрішніми заходами з оптимізації витрат або тимчасовим зниженням обсягів виробництва. Натомість зростання цього показника у 2024 році на 40,3 % порівняно з 2021 роком, окрім збільшення масштабів діяльності, може пояснюватися й загальними макроекономічними чинниками - зокрема інфляційними процесами, зростанням цін на енергоресурси, логістику, сировину, а також зміною валютного курсу.

Таким чином, динаміка собівартості реалізації свідчить як про об'єктивне зростання витратної складової, так і про потребу в постійному контролі за ефективністю використання ресурсів для забезпечення прибутковості діяльності.

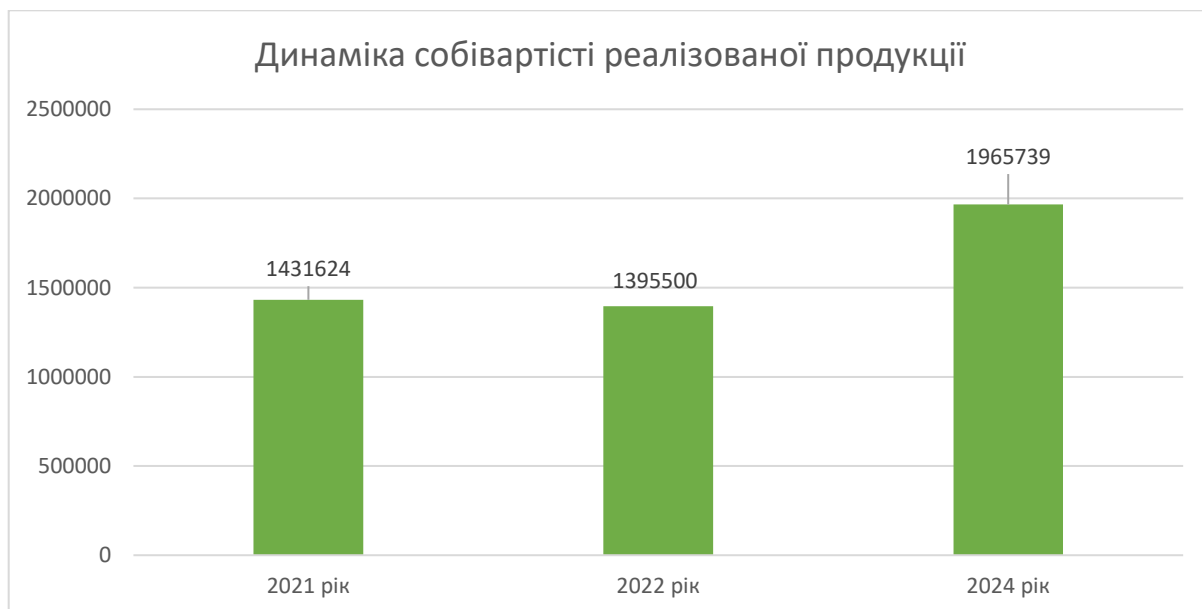


Рис. 2.2. Динаміка собівартості реалізованої продукції ТОВ «ОРІЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ» 2021, 2022 і 2024 рр.

Валовий прибуток є показником, що демонструє різницю між чистим доходом від реалізації продукції та її собівартістю, і свідчить про ефективність основної діяльності підприємства. У 2021 році ТОВ «ОРІЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ» отримало валовий прибуток у розмірі 661 191 тис. грн. У 2022 році цей показник зріс до 694 503 тис. грн, що становить збільшення на 5%. У 2024 році зафіксовано значне зростання - до 1 264 363 тис. грн, що на 91,2% більше, ніж у 2021 році.

Позитивна динаміка валового прибутку у 2022 році, попри незначне зменшення собівартості та стабільний рівень доходів, свідчить про збереження маржинальності основної діяльності. Стрімке зростання цього показника у 2024 році є результатом одночасного зростання доходу при помірному збільшенні витрат на виробництво, що свідчить про підвищення ефективності виробничих процесів та успішну адаптацію до ринкових умов.

Таким чином, валовий прибуток демонструє високий рівень операційної стабільності підприємства та його здатність формувати додану вартість у процесі господарської діяльності.

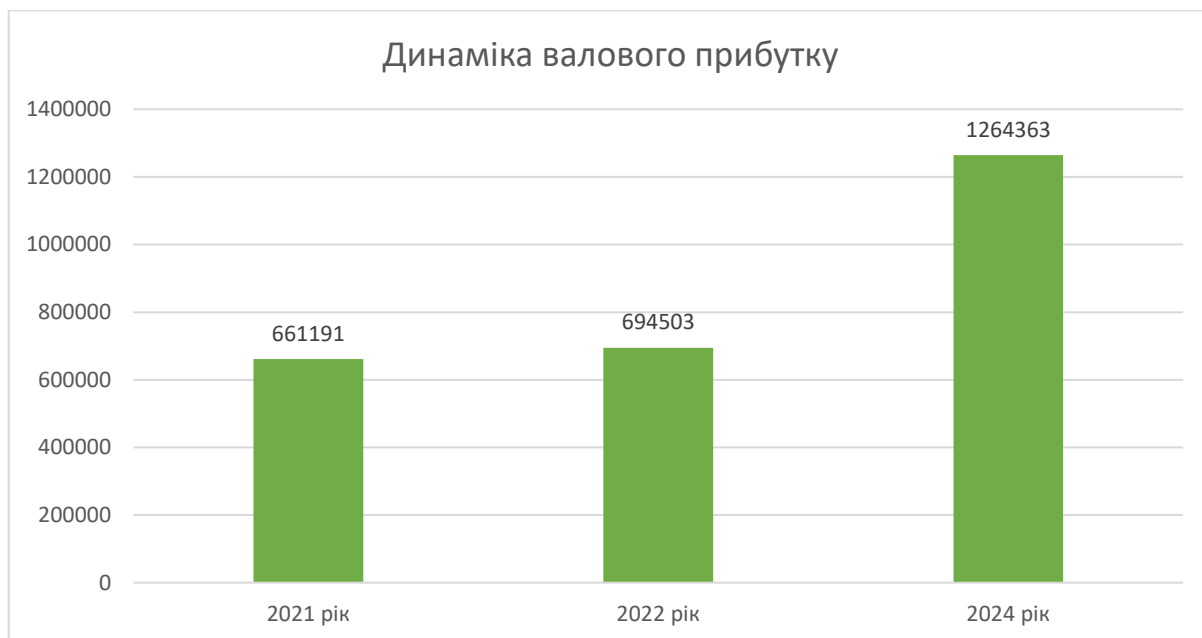


Рис. 2.3. Динаміка валового прибутку ТОВ «ОРІЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ» 2021, 2022 і 2024 рр.

Чистий прибуток є підсумковим показником фінансової ефективності діяльності підприємства, який формується після врахування всіх витрат, включно з податками та фінансовими зобов'язаннями. У 2021 році ТОВ «ОРІЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ» отримало чистий прибуток у розмірі 361 372 тис. грн. У 2022 році він знизився до 102 742 тис. грн, тобто на 71,6 %. У 2024 році спостерігається суттєве покращення фінансового результату - прибуток зріс до 578 493 тис. грн.

Значне зниження прибутковості у 2022 році зумовлено винятковими зовнішніми обставинами, які вплинули на економічну ситуацію в країні загалом та будівельну галузь зокрема. Незважаючи на стабільний обсяг доходів, зростання операційних витрат і порушення логістичних процесів суттєво скоротили фінансовий результат.

Водночас стрімке зростання чистого прибутку у 2024 році свідчить про відновлення господарської активності, зростання ефективності управління витратами та посилення фінансової дисципліни. Така динаміка дозволяє розглядати підприємство як стійкий суб'єкт ринку з високим потенціалом до подальшого розвитку.



Рис. 2.4. Динаміка чистого прибутку ТОВ «ОРІЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ» 2021, 2022 і 2024 рр.

Власний капітал є інтегральним показником фінансової стійкості підприємства, який характеризує його спроможність самостійно фінансувати свою діяльність без залучення зовнішніх джерел. Зростання цього показника зазвичай свідчить про зміцнення внутрішнього фінансового потенціалу та накопичення прибутку.

У 2021 році власний капітал підприємства був від'ємним і складав –28,138 тис. грн. Це свідчило про накопичені збитки або перевищення зобов'язань над активами, що загалом характеризувало фінансовий стан як нестійкий.

У 2022 році підприємству вдалося вийти на позитивне значення власного капіталу - 21,903 тис. грн. Це результат оптимізації витрат, збереження

прибутковості навіть в умовах війни, а також ймовірного часткового погашення заборгованостей. У 2024 році власний капітал ще більше зміцнюється і досягає 704,317 тис.грн, що є свідченням успішного розвитку та нарощування внутрішніх фінансових ресурсів.

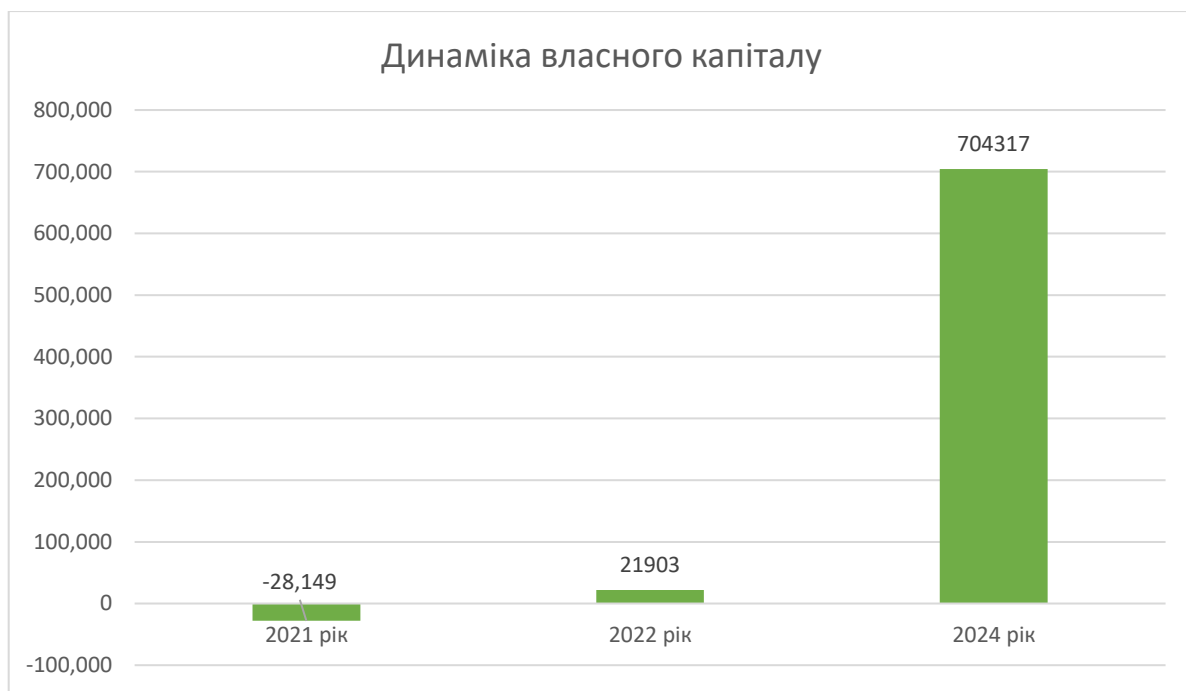


Рис. 2.5. Динаміка власного капіталу ТОВ «ОРИЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ» 2021, 2022 і 2024 рр.

Основні засоби є матеріальною основою виробничого процесу та одним із ключових компонентів довгострокових активів підприємства. Вони відображають обсяг інвестицій у матеріальні ресурси, що забезпечують функціонування операційної діяльності.

У 2021 році балансова вартість основних засобів ТОВ «ОРИЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ» становила 741 870 тис. грн. У 2022 році вона зменшилася до 669 623 тис. грн (зниження на 9,7%), а у 2024 році - до 561 328 тис. грн (див. Додаток 1,2). Загальне зниження за період становить 24,3%.

Зменшення залишкової вартості основних засобів протягом трьох років може бути зумовлене як амортизаційними нарахуваннями, так і обмеженими інвестиціями в оновлення виробничих фондів. Водночас у 2024 році зафіксовано

приріст первісної вартості, що свідчить про надходження нових активів, хоча загальний обсяг зносу перевищив ці надходження.

Аналіз динаміки основних засобів дозволяє зробити висновок про потребу в оновленні виробничої бази, збереженні контролю за амортизаційними витратами та можливу доцільність інвестицій у модернізацію матеріально-технічного забезпечення з метою підтримки ефективності виробництва.

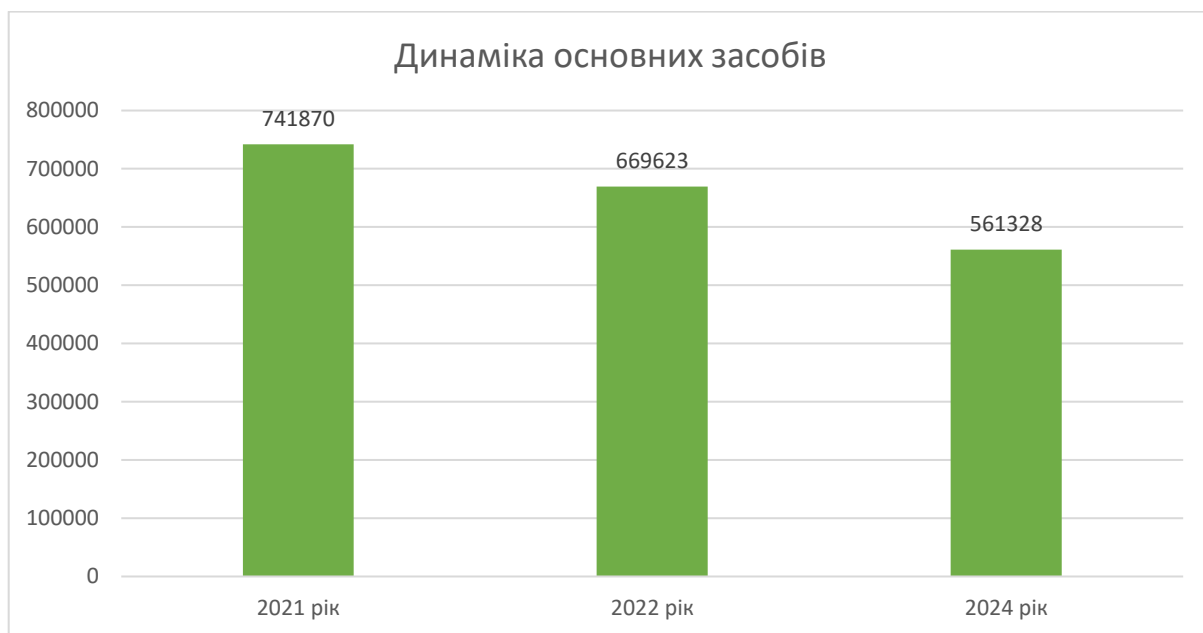


Рис. 2.6. Динаміка основних засобів ТОВ «ОРІЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ»
2021, 2022 і 2024 рр.

Чисельність персоналу є важливим показником, який відображає масштаб операційної діяльності підприємства, рівень його кадрового потенціалу та потребу в трудових ресурсах. Крім того, динаміка цього показника дає змогу оцінити зміни в організаційній структурі та адаптивність підприємства до змін внутрішнього й зовнішнього середовища.

У 2021 році на підприємстві було зайнято 307 осіб. У 2022 році цей показник зріс до 339 осіб, а у 2024 році - до 362 осіб (див. Додаток 1,2).

Зростання чисельності персоналу на 17,9 % упродовж трьох років може свідчити про поступове розширення масштабів виробництва, збільшення попиту

на продукцію або розвиток нових напрямів діяльності. Крім того, залучення додаткових кадрів може бути зумовлене впровадженням інновацій, модернізацією обладнання або посиленням адміністративної та логістичної підтримки.

Позитивна динаміка чисельності працівників також свідчить про стабільність підприємства як роботодавця та здатність підтримувати зайнятість в умовах змін економічного середовища.

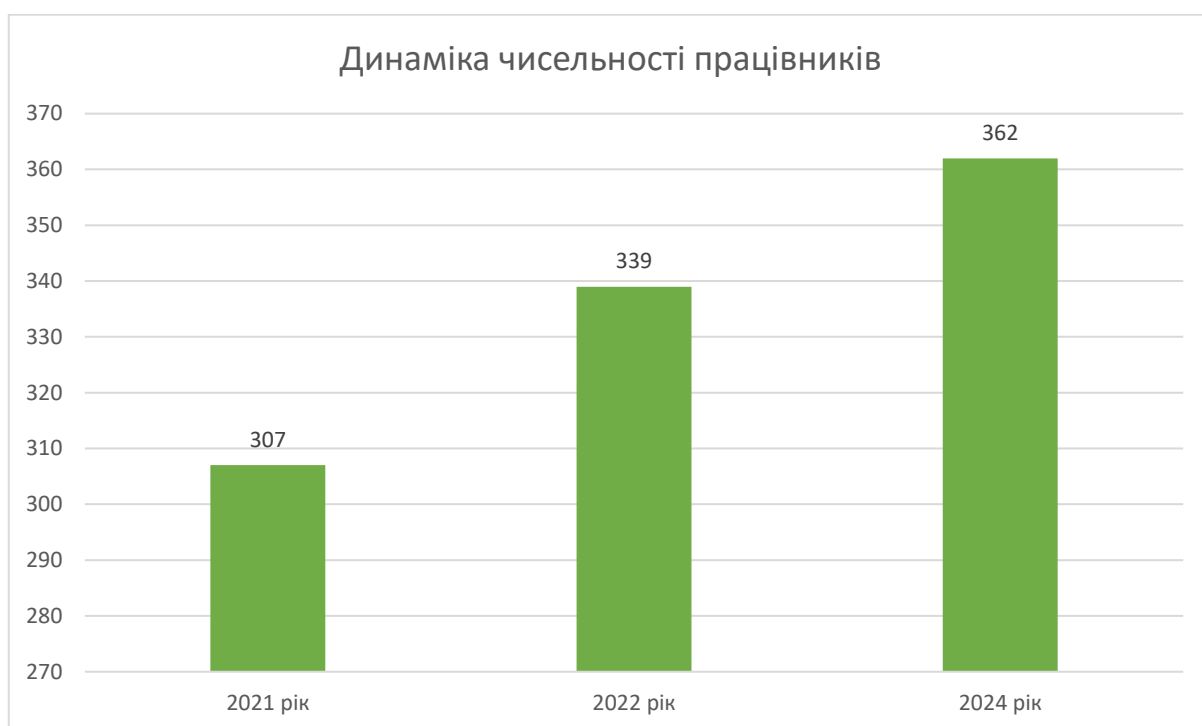


Рис. 2.7. Динаміка чисельності працівників ТОВ «ОРІЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ» 2021, 2022 і 2024 рр.

Проведений аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ «ОРІЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ» за 2021, 2022 та 2024 роки дозволяє зробити висновки щодо динаміки ключових показників, що характеризують ефективність, фінансову стійкість і виробничий потенціал підприємства.

Упродовж досліджуваного періоду підприємство демонструвало поступове покращення більшості фінансових показників. Зокрема, чистий дохід залишався стабільним у 2021–2022 роках, а у 2024 році зріс на понад 54 %

порівняно з базовим періодом. Це свідчить про зростання обсягів реалізації та розширення ринкової присутності. Разом із цим, значне підвищення валового прибутку вказує на покращення рентабельності основної діяльності.

Чистий прибуток підприємства продемонстрував позитивну тенденцію: після тимчасового зниження у 2022 році, у 2024 році він зріс майже у шість разів, перевищивши показник 2021 року. Таке покращення фінансового результату є наслідком зростання доходів, а також ефективнішого управління витратами.

Аналіз витратної частини бюджету показав змішані тенденції. З одного боку, спостерігається значне скорочення витрат на збут, що може свідчити про оптимізацію збутової політики. З іншого - різке зростання адміністративних витрат потребує додаткового контролю, оскільки воно істотно перевищує темпи зростання доходів і прибутку.

Власний капітал підприємства продемонстрував суттєве покращення: з негативних значень у 2021 році до понад 1,1 млрд грн у 2024 році, що свідчить про відновлення фінансової стійкості, накопичення прибутку та покращення загальної структури балансу. Позитивна динаміка чисельності працівників є додатковим свідченням розширення операційної діяльності.

У той самий час залишкова вартість основних засобів упродовж аналізованого періоду скоротилася на 24 %, що може свідчити про зношення виробничих фондів. Це створює об'єктивну потребу в оновленні та модернізації матеріально-технічної бази для підтримки довгострокової конкурентоспроможності.

Узагальнюючи вищевикладене, можна стверджувати, що ТОВ «ОРІЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ» демонструє ознаки сталого розвитку з позитивною динамікою фінансових результатів і розширенням виробничого потенціалу, проте потребує подальшої уваги до структури витрат та технічного оновлення основних фондів.

2.2. Оцінка рівня конкурентоспроможності газоблоку Стоунлайт 300 D500 G S1 ТОВ «ОРІЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ».

У контексті загального аналізу діяльності підприємств будівельного сектору України важливо враховувати макроекономічні тенденції галузі. Попри складну безпекову ситуацію та значний тиск на економіку, будівельна сфера демонструє поступове, але впевнене відновлення. Згідно з офіційними статистичними даними, у 2022 році обсяг виконаних будівельних робіт становив лише 113,8 млрд грн, що вдвічі менше за довоєнний рівень 2021 року (258,0 млрд грн). Проте вже у 2023 році галузь продемонструвала зростання на 41,5 %, досягнувши 162,7 млрд грн, а у 2024 році - ще на 23,5 %, сягнувши 204,7 млрд грн [27].



Рис. 2.8. Динаміка обсягів виконаних будівельних робіт в Україні (2021–2024 рр.)

Така позитивна динаміка свідчить про підвищення попиту на будівельні матеріали та послуги, зростання інвестиційної активності в інфраструктурні проекти, а також про стратегічну важливість галузі у процесі повоєнного

відновлення країни. З огляду на це, особливого значення набуває конкурентоспроможність вітчизняних виробників будматеріалів, зокрема автоклавного газобетону, як одного з ключових ресурсів сучасного будівництва.

Структурний аналіз видів будівельної діяльності у 2024 році свідчить про переорієнтацію ринку на стратегічні напрямки розвитку. Найбільшу частку в загальному обсязі виконаних робіт становило нове будівництво - 41,1 %, що вказує на активізацію процесів зведення нових об'єктів інфраструктури, житла та промисловості. Ремонтні роботи, які включають як поточний, так і капітальний ремонт пошкоджених будівель, займали 32,6 %, тоді як реконструкція та технічне переоснащення - 26,3 % [27].



Рис. 2.9. Розподіл виконаних будівельних робіт за видами діяльності.

Такий розподіл демонструє комплексний підхід до відновлення об'єктів будівництва: від ліквідації наслідків руйнувань - до створення нових, сучасних споруд. Зростання активності в усіх сегментах галузі забезпечує стабільний попит на будівельні матеріали, зокрема енергоефективні та екологічні, серед

яких автоклавний газобетон займає вагоме місце завдяки своїм експлуатаційним перевагам.

У такому контексті надзвичайно актуальним постає питання оцінки конкурентоспроможності окремих видів будівельної продукції. Для кожного виробника, а особливо для локальних підприємств, що спеціалізуються на випуску газобетонних блоків, критично важливими чинниками успіху є технічні характеристики продукції, її цінова доступність, екологічність, а також додаткові експлуатаційні переваги - зокрема високі показники тепло- та звукоізоляції.

З огляду на сформоване конкурентне середовище, яке включає значну кількість вітчизняних виробників і присутність імпортової продукції, виникає потреба у комплексному аналізі конкурентоспроможності окремого зразка продукції - зокрема, газобетонного блоку STONELIGHT 300 D500 G S1, що виготовляється ТОВ «ОРІЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ».

Для аналізу конкурентоспроможності газобетонного блоку Стоунлайт 300 D500 G S1, було обрано інтегральний метод із застосуванням бальної шкали, який дозволяє об'єктивно оцінити рівень споживчої привабливості продукції за сукупністю ключових показників.

Інтегральний метод базується на бальній оцінці найважливіших параметрів продукції, які мають вирішальне значення для споживача. Кожному показнику присвоюється вагова оцінка (від 0 до 10) залежно від ступеня його наближеності до ідеального (еталонного) значення. Орієнтиром для виставлення максимальної оцінки (10 балів) є найкраще значення серед представлених на ринку або нормативне/оптимальне значення згідно з ДСТУ. Після цього проводиться сумування балів за всіма показниками, що дозволяє вивести інтегральний показник конкурентоспроможності (у балах або у середньому значенні за шкалою від 0 до 10).

Для оцінки рівня конкурентоспроможності газобетонних блоків ТОВ «ОРІЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ» було проведено поетапний аналіз, що включав кілька важливих кроків.

Спочатку було обрано основні технічні та споживчі характеристики, які найбільше впливають на вибір газоблоків. До них увійшли: ціна, міцність, теплопровідність, морозостійкість, звукоізоляційні властивості, щільність, водопоглинання, геометричні параметри, екологічність та вага одного блоку.



Рис. 2.10. Основні технічні та споживчі характеристики газоблоків.

З метою об'єктивного аналізу було зібрано фактичні дані щодо ключових параметрів газобетонного блоку STONELIGHT 300 D500 G S1, що виготовляється ТОВ «ОРІЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ». Ці характеристики стали основою для подальшої бальної оцінки за інтегральною методикою. Нижче подано узагальнену інформацію щодо кожного з обраних показників, яка

дозволяє охарактеризувати споживчу привабливість продукції в контексті її технічних та експлуатаційних властивостей.

До основних характеристик газобетонного блоку STONELIGHT 300 D500 G S1, що впливають на його конкурентоспроможність, належить, передусім, ціна за кубічний метр продукції, яка становить 3350 грн [28]. Матеріал має високі показники міцності - у межах 2,9–3,62 МПа, що забезпечує стійкість конструкцій до навантажень. Завдяки низькому коефіцієнту теплопровідності (0,12 Вт/м·К), блок характеризується відмінними теплоізоляційними властивостями, що робить його енергоефективним. Морозостійкість матеріалу становить не менше F35, що є важливим фактором для експлуатації у помірно-холодному кліматі [26]. Згідно з технічними даними, звукоізоляційні властивості блоку досягають 52 дБ, що дозволяє ефективно знижувати рівень шуму в будівлях.

Газоблок має щільність 500 кг/м³, що відповідає класу D500 та забезпечує оптимальне поєднання між міцністю і теплоізоляцією. Водопоглинання продукції становить 28 %, що є прийнятним рівнем для стінових матеріалів автоклавного виробництва. Геометричні параметри блоків характеризуються високою точністю, що спрощує кладку та зменшує витрати на оздоблення. Склад матеріалу включає цемент, кварцовий пісок, вапно та алюмінієвий каталізатор, що забезпечує екологічність та безпечність в експлуатації. Вага одного блоку становить 22 кг, що забезпечує зручність транспортування та монтажу [30].

Таблиця 2.3. Основні технічні та споживчі характеристики газоблоку STONELIGHT 300 D500 G S1.

Показник	Значення
Ціна за м ³	3350 грн
Міцність	2.9 – 3.62 МПа
Теплопровідність	0,12 Вт/м·К

Продовження таблиці 2.3

Морозостійкість	Не менше F35
Звукоізоляційні властивості	52 дБ
Щільність	500 кг/м ³
Водопоглинання	28 %
Геометричні параметри	Висока точність
Екологічність (склад)	Цемент, кварц, вапно, алюмінієвий каталізатор
Вага одного блоку	22 кг

Наступним етапом аналізу стало визначення еталонних значень технічних та експлуатаційних показників, що використовуються як критерії порівняння в інтегральній оцінці. Такі значення ґрунтуються на нормативних документах (зокрема ДСТУ, європейських стандартах), аналітичних оглядах ринку та характеристиках продукції провідних виробників.

Обґрунтованість вибору кожного еталонного значення пояснюється його безпосереднім впливом на споживчі властивості, енергоефективність, довговічність та конкурентоспроможність продукції на ринку будівельних матеріалів:

- Ціна за м³: Ринково прийнятним діапазоном вважається 3200–3500 грн/м³, оскільки він відображає баланс між собівартістю виробництва, доступністю для споживачів та рівнем конкуренції. Вища ціна може зменшити привабливість продукту на масовому ринку, тоді як нижча - свідчити про ризики зниження якості або скорочення маржинальності.

- Міцність (МПа): Для газобетону високої якості еталонним вважається 3,5–4,0 МПа. Такий рівень забезпечує достатній запас міцності для

несучих конструкцій у малоповерховому та середньоповерховому будівництві, а також підвищує довговічність споруд.

- Теплопровідність (Вт/м·К): Значення не вище 0,12 є орієнтиром для матеріалів із високими теплоізоляційними властивостями. Воно дозволяє зменшити витрати на опалення, відповідає сучасним вимогам до енергоефективності будівель та сприяє зниженню викидів CO₂.

- Морозостійкість (F-цикли): Показник F35 і вище свідчить про здатність матеріалу витримувати багаторазові цикли заморожування/розморожування без втрати експлуатаційних властивостей. Це критично важливо для експлуатації в кліматичних умовах України.

- Звукоізоляційні властивості (дБ): Орієнтиром є рівень 52 дБ, який дозволяє ефективно знижувати побутовий та технічний шум у житлових і громадських будівлях, що є важливою умовою комфорту мешканців.

- Щільність (кг/м³): Оптимальною є щільність у межах 500–550 кг/м³, яка забезпечує поєднання хороших теплоізоляційних властивостей, достатньої міцності та зручності в монтажі (низька вага блоків).

- Водопоглинання (%): Вважається, що показник не вище 28% є прийнятним для забезпечення стабільної геометрії та збереження фізико-механічних властивостей в умовах підвищеної вологості.

- Екологічність: Газобетон має бути виготовлений з природних матеріалів (цемент, кварцовий пісок, вапно, алюмінієвий порошок) і відповідати екологічним нормам за показниками вмісту летких органічних сполук (VOC), рівня радіації та сертифікатами безпеки. Це особливо важливо в умовах зростання вимог до сталого будівництва [31].

Табл. 2.4. Еталонні значення характеристики газоблоків.

Параметр	Ідеальне значення / діапазон
Ціна за м ³	3200–3500 грн
Міцність	3.5 – 4.0 МПа

Продовження таблиці 2.4

Теплопровідність	≤ 0.12 Вт/м·К
Морозостійкість	Не менше F35
Звукоізоляційні властивості	≥ 52 дБ
Щільність	500–550 кг/м ³
Водопоглинання	≤ 28 %
Геометричні параметри	Висока точність
Екологічність	Без шкідливих домішок, натуральний склад
Вага одного блоку	До 22 кг

Таким чином, наведені параметри є не лише технічними характеристиками, а й критеріями, за якими споживачі, архітектори та будівельні компанії здійснюють вибір будівельних матеріалів. Їх дотримання забезпечує відповідність сучасним вимогам ринку, законодавчим нормам і міжнародним стандартам, підвищуючи привабливість продукції на тлі конкурентів.

Ці значення служать орієнтиром для порівняння характеристик газоблоків, представлених на ринку, і дозволяють оцінити конкурентоспроможність продукції ТОВ «ОРІЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ».

Далі було проаналізовано характеристики газоблоків Стоунлайт 300 D500 G S1, які виробляє ТОВ «ОРІЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ». Кожен показник порівнювався з еталонним значенням та оцінювався за 10-бальною шкалою - чим ближче до еталону, тим вищий бал. Усі бали зведено в таблицю, що дозволяє побачити сильні та слабкі сторони продукції. Такий підхід дає змогу зробити

об'єктивні висновки щодо її конкурентоспроможності на ринку будівельних матеріалів.

Табл. 2.5. Оцінка рівня конкурентоспроможності газоблоку Стоунлайт 300 D500 G S1 за інтегральним методом із застосуванням бальної шкали.

Параметр	Значення продукту	Ідеальне значення (2025 рік)	Оцінка (0-10)
Ціна за м ³	3350 грн	3200–3500 грн	8
Міцність (МПа)	2.9 – 3.62	3.5 – 4.0	7
Теплопровідність (Вт/м·К)	0.12	0.12	10
Морозостійкість (F)	F35	F35	10
Звукоізоляція (дБ)	52	52	10
Щільність (кг/м ³)	500	500–550	9
Водопоглинання (%)	28	28	9
Геометричні параметри	Висока точність	Висока точність	10
Екологічність	Цемент, кварц, вапно і алюмінієвий каталізатор	Відповідність екологічним стандартам	9
Вага одного блоку (кг)	22	20–25	8

Проведене дослідження конкурентоспроможності газобетонного блоку Стоунлайт 300 D500 G S1, що виробляється ТОВ «ОРІЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ», дозволило сформулювати вичерпне уявлення про рівень відповідності цього продукту вимогам сучасного будівельного ринку. Оцінювання проводилося за

інтегральним методом із застосуванням бальної шкали, що дало змогу комплексно проаналізувати технічні та споживчі характеристики виробу в порівнянні з еталонними значеннями, які вважаються оптимальними станом на 2025 рік.

Результати аналізу свідчать, що досліджуваний газоблок демонструє високий рівень споживчої привабливості. Його основні фізико-механічні властивості - зокрема теплопровідність, морозостійкість, звукоізоляційні характеристики, точність геометричних параметрів та екологічність - повністю відповідають або навіть перевищують середньогалузеві стандарти. Це дозволяє віднести продукцію до категорії енергоефективних, безпечних та технологічно стабільних будівельних матеріалів, що є надзвичайно важливим у контексті сучасних запитів ринку.

Суттєвою перевагою є збереження теплопровідності на рівні 0,12 Вт/м·К, що забезпечує мінімальні втрати тепла під час експлуатації будівель. Це дозволяє використовувати матеріал як складову частину енергоощадних рішень у житловому та комерційному будівництві. Також важливим є високий рівень морозостійкості (F35), що свідчить про довговічність конструкцій у складних кліматичних умовах. Звукоізоляція на рівні 52 дБ робить матеріал актуальним для забудови у щільній міській забудові або поблизу джерел шуму.

Окремої уваги заслуговує екологічність сировинного складу газоблоку. Виріб виготовляється з натуральних компонентів (цемент, кварц, вапно, алюмінієвий каталізатор), що відповідає сучасним вимогам до екологічної безпеки матеріалів, і дозволяє використовувати блок у житловому будівництві без обмежень. В умовах зростання інтересу споживачів до екологічної відповідальності виробників ця характеристика набуває особливого значення.

Показник міцності, хоча й дещо нижчий від еталонного рівня, залишається в межах достатнього значення для більшості об'єктів мало- та середньоповерхового будівництва. Аналогічна ситуація спостерігається щодо

щільності та ваги одного блоку, які є збалансованими й не створюють жодних ускладнень у процесі транспортування або монтажу. Таким чином, технічні властивості продукції забезпечують її функціональність, безпеку й універсальність застосування.

Вартісний аспект також виглядає привабливо: ціна 3350 грн за м³ перебуває в межах ринкового діапазону, що забезпечує доступність продукції для широкого кола споживачів. У поєднанні з високими експлуатаційними якостями, це створює конкурентну перевагу, особливо в умовах загострення цінової чутливості на ринку.

Загалом, середня інтегральна оцінка на рівні 9 балів із 10 підтверджує, що газобетонний блок Стоунлайт 300 D500 G S1 є конкурентоспроможним продуктом, який успішно конкурує з вітчизняними та імпортними аналогами. Наявність чітких експлуатаційних переваг, збалансована цінова політика та відповідність сучасним екологічним вимогам роблять цю продукцію привабливою для споживачів і вигідною з точки зору виробника.

Ураховуючи активізацію будівельної галузі в Україні, зростаючий попит на енергоефективні матеріали та пріоритетність імпортозаміщення, продукція ТОВ «ОРІЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ» має значний потенціал для розширення частки ринку. Високий рівень конкурентоспроможності відкриває перспективи для виходу на нові регіональні ринки, участі у державних і муніципальних програмах будівництва, а також для просування продукції як одного з локальних лідерів у сегменті газобетонних блоків.

2.3. Порівняльний аналіз конкурентоспроможності продукції ТОВ «ОРІЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ» із конкурентами.

Для всебічної оцінки конкурентоспроможності продукції ТОВ «ОРІЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ» доцільним є проведення порівняльного аналізу з аналогічними товарами, присутніми на вітчизняному ринку будівельних матеріалів. Такий підхід дозволяє не лише виявити сильні та слабкі сторони досліджуваного виробу, а й встановити реальну ринкову позицію підприємства серед основних конкурентів у сегменті автоклавного газобетону.

В якості базового об'єкта для порівняння обрано продукцію Харківського заводу силікатних матеріалів (ХСМ) - одного з найстаріших і найбільш відомих виробників газоблоків в Україні. Завод пропонує широку лінійку автоклавного газобетону, який активно використовується у промисловому, комерційному та житловому будівництві. Бренд має стабільну репутацію, розвинену мережу збуту та високий рівень упізнаваності серед професійної аудиторії [32].

Для об'єктивності аналізу було обрано газоблоки обох виробників з ідентичними технічними характеристиками: щільність D500, товщина 300 мм, гладка поверхня, клас геометричної точності - не нижче першого. Це дозволяє виключити вплив несумісних параметрів та забезпечити достовірність висновків.

Порівняльну оцінку здійснено за інтегральною методикою, наведеною у п. 2.2, із застосуванням бальної шкали. Такий підхід дає змогу кількісно визначити конкурентоспроможність продукції за комплексом ключових параметрів, що формують споживчу цінність товару на ринку.

Газоблоки ХСМ виготовляються з матеріалів, які відповідають загальним стандартам якості для виробів з газобетону, що дає змогу забезпечити їх надійність та ефективність в умовах експлуатації. До основних характеристик продукції належать:

Вартість одного кубічного метра блоків ХСМ становить орієнтовно 3300 грн, що відповідає середньоринковим ціновим показникам. За параметром міцності вироби демонструють значення у межах 2,5–2,8 МПа, що забезпечує

допустимі навантаження для використання в приватному і малоповерховому будівництві.

Теплопровідність матеріалу знаходиться на рівні 0,12 Вт/м·К, що є стандартним значенням для даного класу продукції та забезпечує належну енергоефективність. Морозостійкість виробів визначена на рівні не менше F35, що свідчить про здатність блоків витримувати багаторазове заморожування й розморожування без втрати міцнісних характеристик.

Звукоізоляційні властивості заявлені на рівні 55 дБ, що відповідає сучасним вимогам щодо комфорту в житлових і громадських будівлях. Щільність блоку становить 500 кг/м³, що є типовим показником для автоклавного газобетону середньої щільності. Водопоглинання матеріалу виробником не деталізується, проте орієнтовно становить близько 28 %, що вважається стандартом у сегменті.

Геометричні параметри блоків оцінюються як середні за точністю, що може впливати на рівність кладки та вимагати додаткового коригування під час монтажу. Екологічність продукції забезпечується використанням класичних компонентів: цементу, кварцового піску, вапна та алюмінієвого каталізатора, які не мають шкідливого впливу на довкілля.

Вага одного стандартного блоку складає 24 кг, що відповідає типовому діапазону маси для блоків даних розмірів та не створює надмірного навантаження при транспортуванні й кладці.

Табл. 2.6. Основні технічні та споживчі характеристики газоблоку ХСМ

Параметр	Значення продукції ХСМ
Ціна за м ³	3300 грн
Міцність (МПа)	2.5 – 2.8
Теплопровідність (Вт/м·К)	0.12
Морозостійкість (F)	Не менше F35

Продовження таблиці 2.6

Звукоізоляція (дБ)	55
Щільність (кг/м ³)	500
Водопоглинання (%)	Орієнтовно 28%
Геометричні параметри	Середня точність
Екологічність	Цемент, кварц, вапно, алюмінієвий каталізатор
Вага одного блоку (кг)	24

На основі узагальнених технічних характеристик обраних газоблоків було здійснено порівняльний аналіз продукції ТОВ «ОРІЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ» (ТМ STONELIGHT) та Харківського заводу силікатних матеріалів (ТМ Hetten). Для об'єктивного визначення рівня їхньої споживчої привабливості застосовано інтегральну оцінку конкурентоспроможності із використанням бальної шкали. Такий підхід дозволяє кількісно зіставити ключові параметри продукції, що найбільш суттєво впливають на вибір споживачів, зокрема: ціну, міцність, теплотехнічні характеристики, морозостійкість, звукоізоляцію, точність геометричних розмірів, екологічність тощо. Результати аналізу дозволяють виявити сильні та слабкі сторони кожного виробу, а також надати обґрунтовану оцінку їх конкурентних переваг у рамках національного ринку будівельних матеріалів.

Табл. 2.7. Порівняльний аналіз характеристик газоблоку ТОВ «ОРІЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ» та ТМ Hetten.

Параметр	Газоблок ТОВ «ОРІЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ»	Оцінка (0-10) ТОВ «ОРІЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ»	Газоблок ТМ Hetten (ХСМ)	Оцінка (0-10) ТМ Hetten (ХСМ)

Продовження таблиці 2.7

Ціна за м ³	3350	8	3300	9
Міцність (МПа)	2.9 – 3.62	9	2.5 – 2.8	7
Теплопровідність (Вт/м·К)	0.12	10	0.12	10
Морозостійкість (F)	F35	10	F35	10
Звукоізоляція (дБ)	52	8	55	9
Щільність (кг/м ³)	500	9	500	9
Водопоглинання (%)	28	9	~28	9
Геометричні параметри	Висока точність	10	Середня точність	8
Екологічність	Цемент, кварц, вапно, алюмінієвий каталізатор	9	Цемент, кварц, вапно, алюмінієвий каталізатор	9
Вага одного блоку (кг)	22	9	24	8

Порівняльна оцінка газобетонних блоків ТОВ «ОРІЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ» та ТМ Hetten (ХСМ) засвідчила високий рівень конкурентоспроможності обох зразків продукції. За результатами бального аналізу, продукція ТОВ «ОРІЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ» отримала сумарну оцінку 90 балів зі 100 можливих, що свідчить про її сильні позиції на ринку автоклавного газобетону. Газоблоки ТМ Hetten продемонстрували подібно високий рівень - 88 балів, що підтверджує їх відповідність основним очікуванням споживачів.

Серед основних переваг продукції ТОВ «ОРІЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ» варто відзначити вищу міцність та високу точність геометричних параметрів, що забезпечує надійність конструкцій та знижує витрати на додаткову підгонку при монтажі. Ці показники особливо важливі для проєктів, що вимагають високої інженерної точності та довговічності. Натомість вироби ТМ Hetten мають дещо кращі звукоізоляційні характеристики (55 дБ проти 52 дБ), що може бути вирішальним чинником при забудові об'єктів у міських зонах із підвищеним шумовим навантаженням.

Обидві позиції мають подібні результати за такими важливими критеріями, як теплопровідність, морозостійкість, щільність, водопоглинання та екологічність, що свідчить про загальну відповідність продукції сучасним ринковим стандартам. При цьому незначна різниця у вартості на користь ТМ Hetten може розглядатись як додатковий фактор ціноутворення у чутливих сегментах споживчого попиту.

Отже, проведений аналіз доводить, що продукція ТОВ «ОРІЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ» є цілком конкурентоспроможною на українському ринку та в окремих параметрах навіть переважає аналоги від провідних національних виробників. З огляду на загальну тенденцію до зростання попиту на енергоефективні, точні та екологічно безпечні будівельні матеріали, можна стверджувати, що позиції продукції STONELIGHT мають перспективу подальшого зміцнення на ринку.

Розділ 3. Шляхи підвищення конкурентоспроможності будівельної продукції.

3.1. Стратегії та напрями підвищення конкурентоспроможності будівельної продукції.

У сучасних умовах будівельна галузь перебуває під впливом низки викликів - це як наслідки повномасштабної війни, так і трансформації ринкових підходів, пов'язані з цифровізацією, вимогами сталого розвитку та зміною споживчих пріоритетів. На цьому тлі конкурентоспроможність продукції стає не лише результатом її якості чи ціни, а й комплексним індикатором відповідності ринку, технологічної досконалості, репутаційної стійкості та інноваційної привабливості.

Для забезпечення стабільних ринкових позицій виробникам будівельних матеріалів необхідно розглядати конкурентоспроможність як стратегічний ресурс, формування якого потребує системного підходу. У межах цього підpunkту я розгляну основні стратегії та напрями, які довели свою ефективність у практиці як українських, так і зарубіжних компаній.

Одним із базових напрямів підвищення конкурентоспроможності будівельної продукції є забезпечення стабільної якості, що в умовах сучасного ринку сприймається не лише як дотримання технічних стандартів, а й як гарантія надійності, зниження ризиків при монтажі, відсутність рекламцій та економія часу на будівельному майданчику. Так, наприклад, точність геометричних розмірів газобетонних блоків дозволяє скоротити витрати на вирівнювання поверхонь та кількість монтажного клею, а підвищена щільність і міцність забезпечують надійність конструкцій при збереженні необхідної теплоізоляції. Підприємства, які систематично вдосконалюють ці параметри, отримують довготривалу перевагу, адже якість є найбільш стабільним чинником споживчої довіри [33].

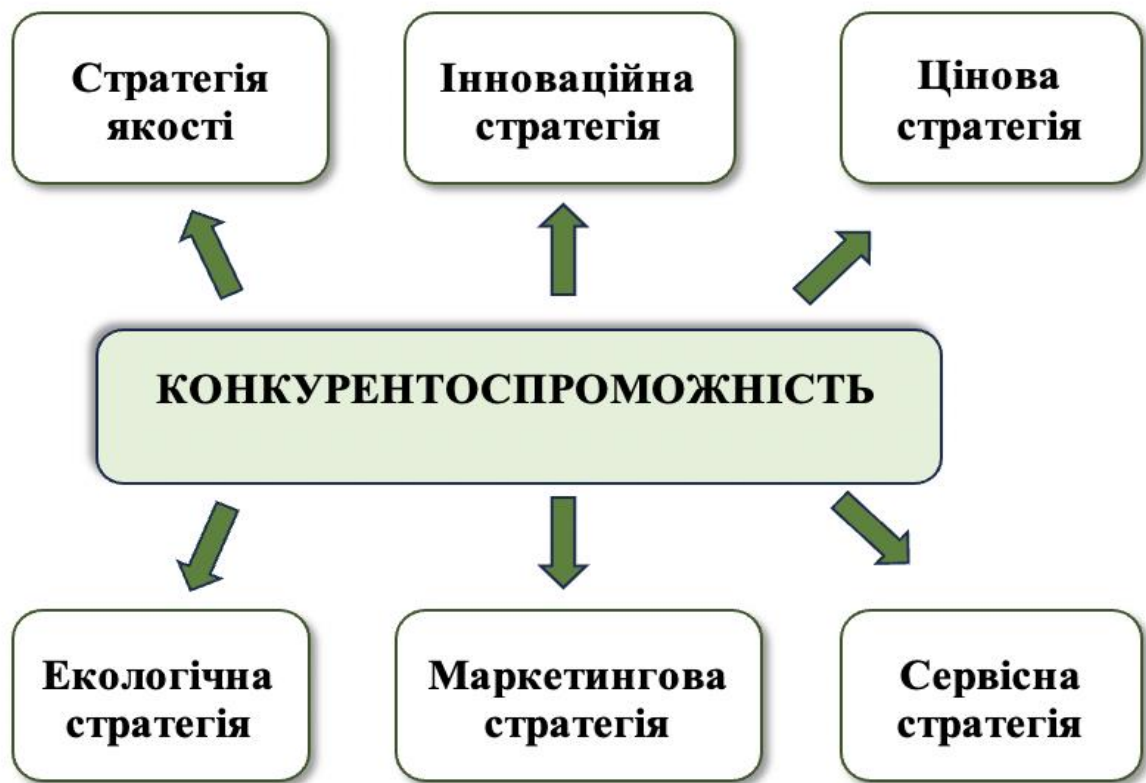


Рис. 3.1. Система стратегій підвищення конкурентоспроможності будівельної продукції.

Не менш важливим чинником є інноваційна стратегія, яка охоплює не лише вдосконалення рецептури або фізико-механічних властивостей матеріалу, а й переосмислення всього виробничо-логістичного циклу. Застосування автоматизованих ліній формування та пакування, наприклад, дозволяє зменшити кількість людських помилок, забезпечити повторюваність продукції та знизити експлуатаційні витрати. Крім того, автоматизація спрощує контроль за якістю, оскільки дозволяє в реальному часі виявляти відхилення та оперативно реагувати на них. Інновації можуть стосуватися й процесу використання продукції - наприклад, через впровадження BIM-сумісних моделей блоків або створення мобільних застосунків для підбору матеріалу, що спрощує співпрацю з архітекторами та проектантами. Усе це сприяє підвищенню технологічної

цінності продукції та зміцненню позицій підприємства в очах професійних клієнтів [35].

Значну роль у посиленні ринкових позицій відіграє і цінова стратегія, яка не обов'язково означає зниження ціни. Натомість ідеться про оптимальне співвідношення ціни та якості, що може бути досягнуто завдяки внутрішній ефективності виробничих процесів. Зокрема, використання місцевої сировини дозволяє знизити витрати на транспортування, а модернізація виробничих ліній - зменшити енергоспоживання та собівартість одиниці продукції. Таким чином, підприємство має змогу утримувати конкурентну вартість без компромісів у якості, що особливо важливо в умовах зростання цін на енергоресурси та логістику [37].

Не менш вагомим інструментом є сервісна підтримка, яка формується навколо ідеї довготривалого партнерства з клієнтом. У сфері будівництва важливо не лише продати продукцію, а й забезпечити її ефективне використання, що потребує додаткових сервісів - технічного консультування, проектного супроводу, гнучких умов доставки. Наприклад, можливість оперативного доукомплектування замовлення, доступ до онлайн-калькуляторів витрат матеріалу, повернення залишків - усе це створює додану вартість і забезпечує формування лояльності з боку замовника. Саме тому багато провідних виробників інвестують у розвиток B2B-платформ, службу підтримки та інтеграцію з системами керування проектами [38].

Сучасна конкурентна перевага все частіше пов'язана з екологічною відповідальністю виробника. У багатьох проєктах, особливо міжнародного рівня, вимоги до сталості, зменшення вуглецевого сліду та відповідність стандартам «зеленого будівництва» стають обов'язковими. Використання вторинної сировини, зниження кількості виробничих відходів, енергоощадні технології, отримання відповідних екосертифікатів - усе це не лише знижує екологічний вплив, а й відкриває нові ринки та тендерні можливості. Крім того, у контексті післявоєнної відбудови України, пріоритет надається

саме енергоефективним і екологічно безпечним матеріалам, що надає компаніям зі сталою політикою стратегічну перевагу [39].

Останнім, але не менш важливим напрямом, є маркетингова та брендингова стратегія. Сучасний ринок змінює свої акценти: споживач обирає не просто продукцію, а бренд, з яким асоціює надійність, якість, прозорість і технічну підтримку. Побудова бренду в будівельній галузі охоплює низку дій: активну участь у галузевих виставках, публікації у професійних медіа, ведення сторінок у соціальних мережах (зокрема, в Instagram та LinkedIn), створення якісного контенту для архітекторів та інженерів (3D-моделі, CAD-файли, технічні гіді). Позитивний інформаційний простір навколо продукції сприяє зростанню довіри, впізнаваності та повторних продажів, що особливо важливо для компаній, які працюють на ринку через дистриб'юторів [40].

Табл. 3.1. Основні напрями підвищення конкурентоспроможності та очікувані ефекти.

Напря́м	Конкретні дії	Очікувані результати
Якість	Вдосконалення характеристик блоків (щільність, морозостійкість, точність розмірів)	Стабільна якість, менше рекламаций
Інновації	Автоматизація виробництва, нові рецептури, цифрові технології (BIM, контроль якості)	Підвищення продуктивності, вихід на нові ринки
Ціна	Оптимізація логістики, використання місцевої сировини, енергоефективність	Конкурентна ціна без втрати якості
Сервіс	Технічні консультації, доставка, підтримка проєктантів, повернення залишків	Лояльність клієнтів, повторні замовлення

Продовження таблиці 3.1

Екологія	Сертифікація, використання безпечних компонентів, мінімізація відходів	Участь у тендерах, позитивний імідж
Маркетинг	Участь у виставках, цифровий маркетинг, створення контенту для архітекторів	Зростання впізнаваності та попиту

Розгляд стратегій підвищення конкурентоспроможності будівельної продукції свідчить про необхідність системного, багатовекторного підходу до цього процесу. Успішні виробники вже давно не обмежуються виключно покращенням технічних характеристик продукції. Вони впроваджують інновації на кожному етапі - від розробки рецептури та автоматизації виробничих ліній до побудови цифрових каналів комунікації з клієнтами. Сучасний ринок вимагає не просто якісного матеріалу, а комплексного продукту, який включає сервіс, екологічну відповідальність, інформаційну відкритість, адаптивність до нових викликів і проактивну позицію в професійному середовищі.

Кожна із розглянутих стратегій має свою специфіку, але їхня найвища ефективність досягається саме в комбінації. Вдосконалення якості без просування - недостатнє. Інновації без сервісної підтримки - малоефективні. Конкурентна ціна без чіткої ідентичності бренду - недовговічна. Саме тому компанії, які здатні поєднати ці напрями в єдину цілісну стратегію, здобувають стійку ринкову позицію й перетворюються на флагманів галузі.

Окремо варто підкреслити, що в умовах сучасної економіки зростає значення не лише економічної вигоди, а й цінностей, які стоять за продуктом. Репутація виробника, наявність екологічної сертифікації, відповідальне ставлення до ресурсів, прозора бізнес-модель - ці фактори все більше впливають

на рішення замовників та інвесторів. Таким чином, конкурентоспроможність поступово набуває виміру сталості, що виводить дискусію на новий рівень.

У наступному підпункті буде розкрито, яким чином принципи сталого розвитку можуть інтегруватися в систему стратегій підприємства та слугувати не лише відповіддю на зовнішні виклики, а й джерелом довгострокової конкурентної переваги в будівельній галузі України.

3.2. Сталий розвиток як чинник підвищення конкурентоспроможності будівельної продукції.

У другій половині ХХ століття на тлі глобальних викликів - екологічних катастроф, вичерпання природних ресурсів, поглиблення соціальних диспропорцій - сформувалась концепція сталого розвитку (sustainable development). Її суть полягає у забезпеченні потреб нинішнього покоління без загрози для здатності майбутніх поколінь задовольняти свої власні потреби. Цей підхід передбачає збалансований розвиток економіки, суспільства та довкілля.

Сталий розвиток набув статусу базового принципу у світовій політиці, зокрема був закріплений у програмних документах ООН, ЄС та інших міжнародних інституцій. В Україні орієнтири сталого розвитку також активно впроваджуються в галузеві політики, зокрема в енергетиці, агросекторі та будівництві [41]. Саме тому, розглядаючи конкурентоспроможність будівельної продукції, недоцільно ігнорувати аспект сталості, адже сьогодні він є не лише етичним стандартом, а й ринковим фактором успіху [42].

У контексті цієї дипломної роботи включення теми сталого розвитку зумовлене кількома важливими причинами:

- по-перше, сучасна будівельна продукція дедалі частіше оцінюється не лише за технічними, а й за екологічними та соціальними критеріями;

- по-друге, компанії, що впроваджують принципи сталості, мають вищу довіру з боку інвесторів, забудовників та споживачів [42];
- по-третє, наявність «зелених» характеристик дає змогу продукції виходити на нові ринки, зокрема у проєктах реконструкції, тендерах, співпраці з міжнародними партнерами.

Таким чином, аналіз сталого розвитку як чинника конкурентоспроможності є важливою складовою сучасного стратегічного підходу до позиціонування продукції на будівельному ринку.

Будівництво має один із найбільших впливів на довкілля серед усіх галузей: споживання енергії, утворення відходів, використання природних матеріалів, вплив на клімат. У відповідь на це формується новий стандарт - "зелене будівництво", яке базується на принципах енергоефективності, екологічної безпеки, тривалості експлуатації та низького впливу на довкілля. Продукція, яка відповідає цим вимогам, автоматично отримує вищу конкурентну позицію [43].

Табл. 3.2. Зв'язок принципів сталого розвитку з конкурентними перевагами продукції.

Принцип сталого розвитку	Приклади реалізації у будівельній продукції	Ринкові переваги
Екологічність	Низький вміст шкідливих компонентів, мінімум відходів, сертифікація ISO 14001, EPD	Доступ до екологічних тендерів, довіра з боку «зелених» забудовників
Енергоефективність	Високі теплоізоляційні характеристики, знижене енергоспоживання при виробництві	Переваги в проєктах енергоефективного будівництва, економія в експлуатації

Продовження таблиці 3.2

Раціональне використання ресурсів	Переробка відходів, оптимізація логістики, використання місцевої сировини	Зниження витрат, зменшення вуглецевого сліду
Соціальна відповідальність	Безпечні умови праці, підтримка місцевих громад, соціальні програми	Позитивний імідж бренду, інтерес з боку інвесторів [44]
Прозорість і звітність	Публікація екозвітів, маркування продукції, відкриті дані про походження матеріалів	Переваги в ESG-рейтингах, доступ до міжнародних партнерств [45]

В умовах жорсткої конкуренції та переходу до «зеленої» економіки, сталість перестає бути добровільною перевагою - вона стає ринковою необхідністю. Продукція, що відповідає принципам сталого розвитку:

- має вищі шанси бути обраною у публічних і корпоративних закупівлях;
- цінується за довготривалість експлуатації та низькі експлуатаційні витрати;
- залучає інституційних інвесторів та партнерів, орієнтованих на ESG-підходи;
- сприяє інтернаціоналізації бізнесу, особливо при виході на ринки ЄС.

У межах будівельної продукції ключовим залишається показник теплопровідності, адже він напряду впливає на енергоефективність споруди. Матеріали з низькою теплопровідністю дозволяють зменшити витрати на опалення/охолодження, що особливо актуально в умовах енергетичної кризи.

Не менш важливими є й показники морозостійкості, вологостійкості, щільності, які у сумі формують екологічно-економічний профіль матеріалу.

Багато українських компаній уже сьогодні інтегрують сталі підходи в свій виробничий процес: переходять на електроенергію з відновлюваних джерел, встановлюють очисні системи, впроваджують цифрові рішення для моніторингу ресурсів, а також отримують сертифікати відповідності екологічним стандартам [43]. Це дозволяє їм:

- зміцнювати позиції на внутрішньому ринку;
- виходити на міжнародні платформи співпраці;
- бути включеними до списків постачальників для масштабних відновлювальних проєктів після воєнних руйнувань.

Також виробники, які забезпечують інформаційну відкритість про склад, походження та вплив продукції, значно випереджають конкурентів у довгостроковій перспективі. Вже зараз на міжнародних тендерах перевагу мають постачальники з прозорими ESG-звітами [45].



Рис. 3.2. Вплив принципів сталого розвитку на формування конкурентних переваг продукції.

Таким чином, сталий розвиток із теоретичної концепції перетворився на конкретний інструмент посилення конкурентних позицій будівельної продукції. Його інтеграція в бізнес-модель підприємства дозволяє не лише

покращити екологічні та соціальні показники, а й забезпечити реальні ринкові вигоди: участь у престижних проєктах, формування позитивного іміджу, зниження операційних витрат і підвищення лояльності клієнтів.

Для українських підприємств, особливо в період післявоєнного відновлення, сталий підхід може стати не лише відповіддю на вимоги часу, а й основою довгострокової конкурентної стратегії. У наступному підпункті буде розглянуто, яким чином ці підходи можуть бути застосовані на прикладі реального вітчизняного підприємства - ТОВ «ОРІЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ».

3.3. Розробка пропозицій щодо підвищення конкурентоспроможності продукції на прикладі підприємства ТОВ «ОРІЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ».

У попередніх підрозділах були визначені ключові напрями забезпечення конкурентоспроможності будівельної продукції в умовах ринку, що швидко змінюється. Водночас було показано, що принципи сталого розвитку виступають не лише загальною тенденцією, а конкретною відповіддю на сучасні виклики у будівельній галузі. У цьому підпункті пропонується розробка практичних заходів, які можуть бути реалізовані на прикладі реального підприємства - ТОВ «ОРІЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ», що спеціалізується на виробництві газобетонних блоків марки STONELIGHT 300 D500 G S1.

Зважаючи на результати аналізу діяльності ТОВ «ОРІЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ» та з урахуванням сучасних тенденцій розвитку ринку будівельних матеріалів, на мою думку, найбільш ефективним шляхом підвищення конкурентоспроможності підприємства є поетапне впровадження стратегічних підходів, що поєднують у собі технологічне вдосконалення, орієнтацію на потреби споживача та адаптацію до принципів сталого розвитку.

Ураховуючи поточний стан підприємства, його матеріально-технічну базу та ринкове позиціонування, пропоную зосередити увагу на чотирьох ключових

напрямах, кожен із яких має потенціал для значного підсилення позицій продукції на ринку:

1. Поглиблення якості продукції.

Підприємство вже демонструє високу точність геометричних параметрів, однак подальше вдосконалення продукції можливе через запровадження внутрішньої системи технічного аудиту та оптимізацію технології автоклавування. Це дозволить покращити однорідність щільності та зменшити ймовірність утворення мікротріщин у структурі блоків [46].

2. Інновації у виробництві та продукті.

Перспективним напрямом є впровадження інтелектуальних датчиків контролю температури та вологості в процесі сушіння, що підвищить повторюваність результату. Також доцільно розробити експериментальну лінійку блоків підвищеної міцності D600, орієнтовану на проекти з посиленими вимогами (фундаменти, цокольні поверхи) [47].

3. Цінова стратегія з акцентом на енергоефективність.

Підприємство може зменшити собівартість продукції шляхом переходу на дешевші локальні постачання кварцового піску, зниження витрат на газ завдяки теплоутилізаторам та модернізації котельні. Крім того, розробка маркетингових матеріалів, які наголошують на енергоощадності блоків, дозволить позиціонувати продукцію як рішення для економії споживача, а не просто матеріал [48].

4. Посилення сервісного супроводу.

Доцільним є створення онлайн-калькулятора витрат блоків на офіційному сайті, а також запровадження мобільного додатку для підрядників з розрахунками товщини стіни, витрати клею тощо. Це покращить взаємодію з малими та середніми забудовниками. Розширення логістичного пакету послуг, включно з доставкою на поверх, також стане вагомою перевагою у B2B-сегменті [49].

ТОВ «ОРИЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ» має всі передумови для поступового переходу до моделі відповідального виробництва. Зокрема, рекомендовано реалізувати такі напрями:

- Сертифікація за ISO 14001 (система екологічного менеджменту), яка дозволить вийти на тендери державних та іноземних забудовників;
- Модернізація системи очищення води після технологічних процесів - зменшення споживання водних ресурсів та викидів у навколишнє середовище;
- Використання вторинного шлаку або відходів каменеобробки в якості часткової заміни сировини - це не лише знижує витрати, а й підвищує еко-рейтинг продукції [50].

Важливою складовою сталості є відкритість інформації. Тому рекомендовано:

- розмістити екологічні паспорти продукції у відкритому доступі;
- нанести на упаковку QR-коди з інформацією про походження матеріалів, умови зберігання, вплив на здоров'я людини;
- публікувати короткі ESG-звіти на сайті підприємства, що стане додатковим аргументом для залучення інвесторів [51].

Табл. 3.3. Очікувані ефекти від реалізації стратегій на прикладі ТОВ «ОРИЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ».

Напря́м	Конкретні заходи	Результати
Якість	Внутрішній аудит, нова автоклавна програма	Менше рекламацій, стабільна геометрія
Інновації	Нові датчики, лінійка D600	Розширення ринку, вихід на нові сегменти
Ціна	Зменшення витрат на енергію, локальні постачання	Конкурентна ціна, економія споживача
Сервіс	Онлайн-калькулятор, мобільний додаток	Краща взаємодія з забудовниками

Продовження таблиці 3.3

Сталість	ISO 14001, вторинна сировина, звіти	Доступ до тендерів, іміджева перевага
----------	-------------------------------------	---------------------------------------

Розроблені пропозиції свідчать, що ТОВ «ОРІЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ» має усі необхідні передумови для реалізації комплексної стратегії підвищення конкурентоспроможності на засадах технологічного вдосконалення, клієнтоорієнтованості та відповідального ставлення до навколишнього середовища. Застосування стратегічних підходів - від внутрішнього контролю якості до розвитку цифрових сервісів і екологічної сертифікації - дозволяє підприємству зміцнити не лише окремі елементи виробничої діяльності, а й сформувати системну конкурентну перевагу у середньо- та довгостроковій перспективі.

Інтеграція принципів сталого розвитку в діяльність підприємства не є лише реакцією на поточні ринкові тенденції, а формує нову філософію ведення бізнесу, в якій екологічна безпека, соціальна відповідальність і відкрита взаємодія зі споживачем стають такими ж важливими, як і технічні характеристики продукції. Це відкриває перед підприємством нові можливості: вихід на екологічно чутливі ринки, участь у державних і міжнародних тендерах, формування репутації стійкого та інноваційного гравця галузі.

Окремої уваги заслуговує впровадження заходів у сфері цифрової взаємодії з клієнтами - онлайн-калькулятори, мобільні додатки, QR-маркування продукції - які відповідають сучасним очікуванням споживачів щодо зручності, прозорості та доступу до інформації. У поєднанні з підвищеною якістю продукції та її енергоефективністю, такі інструменти формують цілісний продукт з високою доданою вартістю, що значно вирізняє підприємство серед конкурентів.

Таким чином, ТОВ «ОРІЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ» може позиціонувати себе не лише як надійний виробник газобетонних блоків, а як національний лідер нової

генерації, який поєднує виробничу ефективність із соціальною й екологічною стійкістю. Впровадження запропонованих заходів є не лише доцільним, а й необхідним кроком у напрямку до довгострокового розвитку в умовах післявоєнної відбудови України та адаптації до європейських вимог ринку будівельних матеріалів.

ВИСНОВОК

У сучасних умовах нестабільної економіки, зростаючих вимог до енергоефективності та необхідності масштабної відбудови зруйнованої інфраструктури, забезпечення конкурентоспроможності будівельної продукції набуває особливого значення. Це не лише питання економічного зростання окремих підприємств, а й елемент національної стратегії сталого розвитку. Саме тому в межах цієї дипломної роботи було зосереджено увагу на комплексному дослідженні факторів, що впливають на конкурентоспроможність продукції у будівельній галузі, а також визначенні ефективних шляхів її підвищення.

Предметом практичного аналізу виступило підприємство ТОВ «ОРІЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ», яке спеціалізується на виробництві газобетонних блоків марки STONELIGHT. У ході дослідження було детально вивчено його економічну динаміку, продукцію та конкурентне середовище. Виявлено як потужні сторони підприємства (стабільна якість, технічні параметри, локалізоване виробництво), так і напрямки, які потребують стратегічного підсилення (екологічна відкритість, інноваційність, сервісна підтримка клієнтів).

У першому розділі досліджено теоретичні засади поняття конкурентоспроможності продукції, зокрема в будівельній галузі. Розкрито сутність, фактори, критерії та методи оцінки рівня конкурентоспроможності, а також окреслено ключові тенденції ринку в умовах воєнного стану та відбудови країни. Встановлено, що конкурентоспроможність є багатовимірною характеристикою, яка охоплює як технічні, так і економічні, екологічні, організаційні параметри.

У другому розділі було здійснено всебічний аналіз господарської діяльності ТОВ «ОРІЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ» за 2021, 2022 та 2024 роки. Проаналізовано фінансові показники, динаміку чистого доходу, витрат, прибутковості. Проведено оцінку конкурентоспроможності основної продукції

підприємства - газобетонних блоків STONELIGHT D500, а також виконано порівняльний аналіз із конкурентами. Виявлено, що продукція підприємства має низку ключових переваг - високу точність геометрії, добру теплоізоляцію, стабільну якість. Водночас, виявлено і слабкі сторони, зокрема обмежену гнучкість у позиціонуванні, недостатній рівень впровадження принципів сталого розвитку та обмежену сервісну підтримку клієнтів.

У третьому розділі на основі системного аналізу було запропоновано стратегічні напрями підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства. Сформовано комплекс практичних заходів, що охоплюють підвищення якості, інноваційні рішення, цінову політику, цифровізацію сервісу та екологічну трансформацію виробництва. Важливим доповненням стало включення принципів сталого розвитку як інструменту довгострокового зміцнення позицій підприємства. Було доведено, що екологічна сертифікація, енергоефективність, прозорість виробництва та інформаційна відкритість продукції є додатковими конкурентними перевагами, особливо у проєктах, пов'язаних із відбудовою інфраструктури та міжнародною підтримкою.

Таким чином, у результаті проведеного дослідження встановлено, що ТОВ «ОРІЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ» має реальні передумови для трансформації із регіонального виробника у впізнаваного національного гравця ринку енергоефективних та екологічно сталих будівельних матеріалів. Для досягнення цього підприємству необхідно реалізувати запропоновану стратегію - поєднання внутрішньої модернізації, інноваційного підходу до сервісу, активної маркетингової позиції та відповідального ставлення до сталості.

У воєнний та післявоєнний період відновлення економіки України саме будівельна галузь виступає стратегічною сферою розвитку, що потребує якісних, безпечних і конкурентних матеріалів. Результати цього дослідження можуть бути використані як основа для управлінських рішень, що спрямовані на підвищення ефективності діяльності підприємств галузі, формування нових

підходів до позиціонування продукції, а також підтримку переходу до сталого розвитку в Україні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Пономарьова С. М. *Економіка підприємства: навч. посібник*. - К.: Центр учбової літератури, 2020. - 352 с.
2. Гриньова В. М. *Конкурентоспроможність підприємства в умовах нестабільного ринку* // *Економіка і держава*. - 2021. - №7. - С. 32–35.
3. Савчук В. С. *Теоретико-методичні основи оцінки конкурентоспроможності продукції*. - Харків: Інжек, 2021. - 260 с.
4. Бондар Ю. А., Лепінькова Н. І., Фабрика І. В. *Економіка підприємства*. - К.: Знання, 2021. - 496 с.
5. Бурчак І. В., Білецький О. О. *Основи конкурентоспроможності: навч. посібник*. - Львів: Новий Світ, 2020. - 314 с.
6. Каращук В. *Маркетинг конкурентоспроможності: монографія*. - К.: КНЕУ, 2019. - 288 с.
7. Кучер С. Ф., Васильєв В. Г. *Системний підхід до оцінки ефективності підприємства*. - Запоріжжя: Поліграф, 2022. - 208 с.
8. Серелинська В. М., Загородна О. М. *Конкурентоспроможність продукції*. - Харків: ХНЕУ, 2021. - 210 с.
9. Програма розвитку ООН в Україні (UNDP). *Оцінка потреб відновлення інфраструктури: звіт*. - Київ, 2024. - 56 с.
10. Державна служба статистики України. *Індекси цін на будівельну продукцію в Україні (2022–2024)*. - www.ukrstat.gov.ua
11. Аналітична платформа EasyBusiness. *Стан будівельної галузі в Україні під час війни та перспективи післявоєнного відновлення*. - Київ: EasyBusiness, 2023. - 28 с.
12. Budport. *Огляд будівельної галузі України: виклики 2024–2025 років [Аналітика]*. – Київ: Budport, 2024. – 16 с. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://budport.com.ua>

13. Бізнес-Схід. Технологічні тренди у відновленні України: від модульного будівництва до 3D-друку. – 2024. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://bizshid.org.ua/recovery-trends>

14. Міністерство розвитку громад, територій та інфраструктури України. Аналітична довідка про стан будівельної галузі у 2024 році. - Київ: Мінрегіон, 2025. - 12 с.

15. Ястремська О.М. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навч. посібник. - Київ: Центр учбової літератури, 2020. - 248 с.

16. Азоєв Г.Л., Сергієнко Л.П. Конкурентні стратегії підприємства. - М.: Центр економіки, 2021. - 312 с.

17. Сидоренко В.І. Методи оцінки конкурентоспроможності будівельної продукції. // Економіка та держава. - 2021. - №10. - С. 52–56.

18. Лаврова І.І. Бенчмаркінг у будівельному бізнесі як інструмент оцінювання конкурентоспроможності. // Бізнес Інформ. - 2022. - №5. - С. 37–41.

19. Коваль С.Ю. Експертна оцінка як інструмент формування конкурентних переваг продукції. // Вісник економіки будівництва. - 2023. - №2. - С. 22–27.

20. Дорошенко М.О. Маркетингове анкетування як засіб виявлення споживчих переваг у будівництві. // Ринок будівельних матеріалів. - 2022. - №4. - С. 11–16.

21. Стадник В.В. Вартісна оцінка життєвого циклу будівельної продукції. - Харків: ХНУБА, 2020. - 156 с.

22. Кузьменко А.В. Інвестиційна ефективність реконструкції пошкоджених об'єктів. // Будівництво України. - 2023. - №6. - С. 9–13.

23. SWOT-аналіз у будівельній галузі: навч. посіб. / За ред. Т.Р. Андрущенко. - Львів: Вид-во ЛНУ, 2021. - 128 с.

24. YouControl – Досьє компанії ТОВ «ОРІЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/36108100/

25. Clarity Project – Профіль ТОВ «ОРІЄНТИР-БУДЕЛЕМЕНТ», фінансова звітність за 2024 рік. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://clarity-project.info/edr/36108100>

26. Газоблок Стоунлайт 300 [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://kievstroy.org/gazoblok-stounlayt-300-d500-g-s1.html?srsId=AfmBOor5cHaZNArmSB9bbe85eQ7WupSe85dgad2MaTPt2aoWughAX611>

27. Інвестиційний потенціал сектора будівельних матеріалів в Україні [Електронний ресурс] // NovatorStroy. – Режим доступу: <https://novatorstroy.com/ua/pres-relizi/investicijnij-potenczial-sektora-budivelnikh-materialiv-v-ukrayini/>

28. Стінові блоки [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.stonelight.store/product/stinovi-blocki/>

29. Газоблок Стоунлайт D500 [Електронний ресурс]. - Режим доступу: https://g-stroy.biz.ua/product/gazoblok-stonelight-d500-600-300-200/?srsId=AfmBOooyimkoYk_V21ps02BgX8j9GQZvxu2dC2hcAoD79yHla9OI47R6

30. Газобетон Стоунлайт [Електронний ресурс]. - Режим доступу: https://kievstroy.org/ua/gazobeton--gazoblok/gazoblok-stounlayt--brovaru-/?srsId=AfmBOorZYOGyYfZ-_V4XFFyv2KwAiYaAgOMOm6Oq0zZd6SNN6PX-aqnn

31. Газоблок характеристики [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://dci-group.com.ua/ua/gazoblok-gazobeton-kharakteristiki>

32. Офіційний сайт Харківського заводу силікатних матеріалів. – URL: <https://ksm.kharkov.ua/>

33. Бутко М.Є., Миколенко О.В. Якість як чинник конкурентоспроможності будівельних матеріалів // Вісник будівництва. – 2021. – №4. – С. 14–19.

34. Статистичний щорічник України за 2023 рік / Держстат України. - Київ: ДССУ, 2024.
35. Яковенко П.В. Інноваційні підходи до розвитку будівельної галузі. – Харків: УЦЕН, 2022. – 156 с.
36. Європейські стандарти сталого будівництва: виклики для українського виробника. // Архітектурний огляд. – 2023. – №3. – С. 31–36.
37. Галузевий огляд ринку будівельних матеріалів України. – Київ: УЦРП, 2024. – 86 с.
38. Розвиток B2B-комунікацій в українському будівництві. // Журнал «Будівництво України». – 2023. – №8. – С. 22–27.
39. Green Building Trends in Europe 2023. – EU Construction Research Agency, 2023. – URL: <https://euconstruction.eu/research>
40. Маркетинг у будівельній індустрії: інструменти цифрової епохи. – Львів: Видавництво ЛНУ, 2023. – 112 с.
41. European Commission. A Renovation Wave for Europe – Greening our buildings, creating jobs, improving lives. Brussels, 2020.
42. PWC Ukraine. Сталий розвиток в українському бізнесі: аналітика, тренди, кейси. – Київ: PWC, 2023. – 56 с.
43. UN Global Compact Ukraine. ESG-підходи в управлінні компанією: практики відповідального бізнесу. – Київ: Глобальний договір ООН, 2022. – 74 с.
44. ISO 14001 та будівельні стандарти сталості в Україні. – ДП «Укрбудсертифікація», 2023.
45. Огляд «Екологічна продукція на ринку України: попит і регулювання». – Центр сталого будівництва, 2024.
46. Галузеві рекомендації щодо покращення якості газобетонних виробів. – Київ: Будівельна палата України, 2022.
47. Звіт про дослідження варіантів D600 для несучих конструкцій. – Інститут будівельних матеріалів, 2023.

48. Державне агентство з енергоефективності. Каталог енергоощадних рішень. – 2023. – URL: <https://saee.gov.ua/>

49. Сервісні моделі в B2B-сегменті будівельних матеріалів. // Економіка і бізнес. – 2023. – №4. – С. 42–47.

50. UNIDO Ukraine. Використання вторинної сировини у виробництві будматеріалів: кейси та рекомендації. – 2023.

51. ESG-звітність у виробництві: від основ до практики. – Київ: Український центр сталого бізнесу, 2024.

Додаток 1

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	3 230 102.00	3 238 108.00
Чисті зароблені страхові премії	2010		0.00
Премії підписані, валова сума	2011		0.00
Премії, передані у перестраховання	2012		0.00
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013		0.00
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014		0.00
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	1 965 739.00	1 868 713.00
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070		0.00
Валовий: прибуток	2090	1 264 363.00	1 369 395.00
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105		0.00
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110		0.00
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111		0.00
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112		0.00
Інші операційні доходи	2120	190 995.00	175 701.00
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121		0.00

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис.грн
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122		0.00
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123		0.00
Адміністративні витрати	2130	97 332.00	116 779.00
Витрати на збут	2150	89 234.00	68 348.00
Інші операційні витрати	2180	217 583.00	196 513.00
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181		0.00
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182		0.00
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	1 051 209.00	1 163 456.00
Дохід від участі в капіталі	2200		0.00
Інші фінансові доходи	2220	365.00	1 455.00
Інші доходи	2240		0.00
Дохід від благодійної допомоги	2241		0.00
Фінансові витрати	2250	322 156.00	479 321.00
Втрати від участі в капіталі	2255	6 798.00	0.00
Інші витрати	2270		0.00
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275		0.00
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	722 620.00	685 590.00

Додаток 2

ЗВІТ ПРО ФІНАНСОВИЙ СТАН

станом на 31 грудня 2022 р.

у тисячах гривень	Прим.	31 грудня 2022 р.	31 грудня 2021 р.
АКТИВИ			
Необоротні активи			
Основні засоби	<u>6</u>	669 623	741 870
Нематеріальні активи	<u>7</u>	3 221	10 689
Інвестиції в дочірні компанії		-	10
Відстрочені податкові активи		17 597	14 047
Довгострокова дебіторська заборгованість	<u>8</u>	15 858	10 673
Всього необоротних активів		706 299	777 289
Оборотні активи			
Запаси	<u>9</u>	149 805	114 186
Торговельна дебіторська заборгованість	<u>10</u>	688	5 615
Передплата сплачена		16 716	48 739
Інша поточна дебіторська заборгованість	<u>11</u>	44 481	11 072
Грошові кошти та їх еквіваленти	<u>12</u>	476 131	282 692
Всього оборотних активів		687 821	462 304
Всього активів		1 394 120	1 239 593
КАПІТАЛ			
Статутний капітал	<u>13.1</u>	147 703	147 703
Інші резерви	<u>13.2</u>	(4 104)	(112)
Нерозподілений прибуток	<u>13.3</u>	(121 696)	(175 740)
ВСЬОГО КАПІТАЛУ		21 903	(28 149)
ЗОБОВ'ЯЗАННЯ			
Довгострокові зобов'язання			
Інші непоточні фінансові зобов'язання	<u>14</u>	1 197 696	966 644
Всього довгострокових зобов'язань		1 197 696	966 644
Поточні зобов'язання			
Передплата одержана		100 917	224 792
Торговельна кредиторська заборгованість		18 850	8 417
Поточні забезпечення	<u>15</u>	11 646	7 374
Інша поточна кредиторська заборгованість	<u>16</u>	43 108	60 515
Всього поточних зобов'язань		174 521	301 098
ВСЬОГО ЗОБОВ'ЯЗАНЬ		1 372 217	1 267 742
ВСЬОГО ЗОБОВ'ЯЗАНЬ ТА КАПІТАЛУ		1 394 120	1 239 593

Керівник

Головний бухгалтер



Дунебабін А.В.

Дзюба В.В.

ЗВІТ ПРО СУКУПНИЙ ДОХІД

за рік, що закінчився 31 грудня 2022 р.

<i>у тисячах гривень</i>	Прим.	2022 рік	2021 рік
Дохід від звичайної діяльності	<u>17</u>	2 090 003	2 092 815
Собівартість реалізації		(1 395 500)	(1 431 624)
Валовий прибуток		694 503	661 191
Інші операційні доходи	<u>18</u>	128 359	109 596
Витрати на збут	<u>19</u>	(58 585)	(66 908)
Адміністративні витрати	<u>20</u>	(53 674)	(44 956)
Інші операційні витрати	<u>21</u>	(437 678)	(26 512)
Прибуток від основної діяльності		272 925	632 411
Фінансові доходи	<u>22</u>	1 622	21 239
Фінансові витрати	<u>23</u>	(175 355)	(203 558)
Прибуток/(збиток) до оподаткування		99 192	450 092
Податкові доходи (витрати)	<u>24</u>	3 550	(88 720)
Прибуток/(збиток) за рік		102 742	361 372
Всього сукупного доходу за рік		102 742	361 372

Керівник

Головний бухгалтер



Дунебабін А.В.

Дзюба В.В.