

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ПОЛІСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**Факультет економіки та менеджменту  
Кафедра економіки, підприємництва та туризму  
Кваліфікаційна робота на правах рукопису**

**ВОРОБЕЙ Світлана Адольфівна**

**УДК 658.8:339.137.2**

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

**на тему:**

**«ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПРОДУКЦІЇ  
ТОВ «БЕНТ-АЙРОН»**

**СПЕЦІАЛЬНІСТЬ 051 «ЕКОНОМІКА»**

**Подається на здобуття освітнього ступеня «Магістр», кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело**

**С.А. Воробей**

**Керівник роботи:  
Скидан Олег Васильович  
доктор економічних наук,  
професор кафедри економіки,  
підприємництва та туризму**

**Житомир – 2023**

**Висновок кафедри економіки, підприємництва та туризму  
за результатами попереднього захисту кваліфікаційної роботи  
Протокол засідання кафедри економіки, підприємництва та туризму  
№ 9 від «18» грудня 2023 р.**

**Завідувачка кафедри економіки,  
підприємництва та туризму,  
д. е. н., професорка \_\_\_\_\_ Наталія ВАЛІНКЕВИЧ  
«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.**

**Результати захисту кваліфікаційної роботи**

**Здобувач(ка) вищої освіти Воробей Світлана Адольфівна захистив (ла)  
кваліфікаційну роботу з оцінкою:  
сума балів за 100-бальною шкалою \_\_\_\_\_  
за шкалою ECTS \_\_\_\_\_  
за національною шкалою \_\_\_\_\_**

**Секретар ЕК,  
ст. лаборант кафедри  
економіки, підприємництва  
та туризму \_\_\_\_\_ Тетяна ДАВИДОВИЧ**

## АНОТАЦІЯ

**Воробей С.А. Формування конкурентних переваг продукції ТОВ «Бент-Айрон». – Кваліфікаційна робота на правах рукопису.**

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра за спеціальністю 051 «Економіка». – Поліський національний університет, Житомир, 2023.

В роботі розкрито та проаналізовано основні поняття та особливості формування конкурентних переваг продукції, а також визначено шляхи досягнення високого рівня конкурентоспроможності підприємства. В процесі написання роботи ознайомлено з методичними основами конкурентних переваг продукції та основними чинниками їх формування на підприємстві.

Теоретична значущість дослідження полягає у визначенні основних чинників підвищення якості продукції на підприємстві та особливості впровадження інноваційних ідей під час здійснення виробничої діяльності. Практична – оцінка фінансових результатів діяльності підприємства, розробка і прогнозування конкурентних переваг підприємства під час реалізації нового проекту.

**Ключові слова:** перевага, конкурентоспроможність, аналіз, рентабельність, обсяг, фактори, підприємство, обсяг.

## ABSTRACT

**S.A. Vorobey Formation of competitive advantages of products of Bent-Iron LLC. - Qualification work on manuscript rights.**

Qualification work for obtaining a master's degree in the specialty 051 «Economics». – Polissia National University, Zhytomyr, 2023.

The work reveals and analyzes the main concepts and features of the formation of competitive advantages of products, as well as the ways of achieving a high level of competitiveness of the enterprise. In the process of writing the work, the methodical foundations of the competitive advantages of products and the main factors of their formation at the enterprise were introduced.

The theoretical significance of the study lies in the determination of the main factors of improving the quality of products at the enterprise and the peculiarities of the implementation of innovative ideas during the implementation of production activities. Practical - assessment of the financial results of the company's activities, development and forecasting of the company's competitive advantages during the implementation of a new project.

**Key words:** advantage, competitiveness, analysis, profitability, volume, factors, enterprise, volume.

## ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПРОДУКЦІЇ	7
1.1. Сутність економічної категорії «конкурентні переваги продукції»	7
1.2. Методичні основи конкурентних переваг продукції	8
1.3. Чинники формування конкурентних переваг продукції	10
Висновки до першого розділу	13
РОЗДІЛ II. ДІАГНОСТИКА КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПРОДУКЦІЇ В ТОВ «Бент-Айрон»	14
2.1. Оцінка зовнішнього середовища функціонування підприємства	14
2.2. Оцінка внутрішнього середовища функціонування підприємства	16
2.3. Аналіз конкурентних переваг продукції у ТОВ «Бент-Айрон»	19
Висновки до другого розділу	22
РОЗДІЛ III. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ТОВ «Бент-Айрон»	24
3.1. Обґрунтування підвищення якості виготовленої продукції в ТОВ «Бент-Айрон»	24
3.2. Інноваційні технології виготовлення продукції в ТОВ «Бент-Айрон»	26
3.3. Прогнозування зростання конкурентних переваг продукції у ТОВ «Бент-Айрон»	29
Висновки до третього розділу	32
ВИСНОВКИ і ПРОПОЗИЦІЇ	34
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	36

## ВСТУП

Багатьом вже відомо, що саме конкурентні переваги визначають позицію підприємства на ринку. Вони і є головним чинником, що безпосередньо впливає на діяльність підприємства, а також дає можливість бути кращим за іншим. А отже, з економічної точки зору, створення та постійна підтримка конкурентних переваг є необхідною умовою у веденні бізнесу.

На сьогоднішній день український ринок, не говорячи вже про зовнішній, налічує десятки виробників парових котлів, які відрізняються за модифікацією, ціною, сферою застосування. Відповідно, для того аби займати вигідну позицію для підприємства та бути конкурентоспроможним, а особливо враховуючи, що країна знаходиться у стані війни, потрібно відповідати усім вимогам, які диктує ринок.

*Метою кваліфікаційної роботи є розробка та обґрунтування теоретико-методичних положень, щодо формування конкурентних переваг продукції ТОВ «Бент-Айрон».*

*Завдання кваліфікаційної роботи:*

- вивчити теоретичні основи формування конкурентних переваг продукції;
- проаналізувати стан фінансово-господарської діяльності підприємства;
- обґрунтувати та визначити стратегію підприємства;
- розробити пропозиції, які становитимуть практичну цілісність для підприємства.

*Предметом кваліфікаційної роботи є сукупність практичних і теоретико – методичних аспектів підвищення рівня конкурентоспроможності продукції на вітчизняному ринку у сфері виробництва промислових твердопаливних парогенераторів.*

*Об'єкт дослідження* - формування конкурентоспроможності продукції підприємства ТОВ «Бент-Айрон».

*Методами дослідження* кваліфікаційної роботи є загальнонаукові та специфічні, які прослідковуються далі у роботі. Теоретичні та практичні аспекти базуються на використанні методів діалектичного пізнання, статистичних, аналітичних, методів економічного прогнозування, специфічних методів дослідження та стратегічного аналізу об'єкта та ін.

*Інформаційними джерелами* дослідження були нормативні та законодавчі акти України з питань конкуренції, довідково-нормативні матеріали та наукова література згідно теми дослідження, звітність підприємства яке досліджується, результати власних досліджень, інтернет.

*Структура та обсяг роботи.* Робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, що налічує 47 найменувань. Загальний обсяг дипломної роботи складає 63 сторінки, основний зміст роботи викладено на 29 сторінках. Робота містить 15 таблиць та 9 рисунків.

## **РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПРОДУКЦІЇ**

### **1.1. Сутність економічної категорії «конкурентні переваги продукції»**

Звичне явище в наш час – є компанії, які успішні та процвітають, а інші зазнають занепаду. Все це можливо пояснити за допомогою кон'юктури ринку. Ключова роль тут належить саме конкурентній перевазі продукції. Ринкове середовище – це динамічне явище, про нього повинен пам'ятати кожен підприємець. Оцінка переваг і недоліків змінюється за рахунок поточної ситуації на ринку, а також під час аналізу конкурентів [7, 18].

Визначення «конкурентна перевага» є не просто розмовним, це економічна категорія. Його, в кінці 1970-х років на науковому рівні обгрунтував та увів у вжиток американський економіст Майкл Портер. Він зазначав, що як і недоліки так і конкурентні переваги можна визначити під час зіставлення елементів своєї діяльності та складовими діяльності конкурента. Саме так можна визначити на якому рівні (гірше або краще) обрано назву фірми, торгову марку, персонал фірми і т.д [44].

Питання конкурентних переваг тривалий час досліджували багато вчених, таких як Харченко Т.Б., Шкардун В., Чупик Г.Р., Коломієць І., Войчак А.В., Камишніков Р.В. та багато інших [3]. Наприклад, М. Портер писав, що конкурентна перевага це вартість, яку створює сама компанія для споживачів і така вартість, яка повинна перевищити затрати по її виробництву (створенню) [10, 14, 17, 46]. Інший автор, Ж. Ламбен, конкурентну перевагу розуміє та трактує як властивість товару, властивість самої марки, бренду, яка створює для фірми певну перевагу над суперниками. Найбільш загальне трактування поняттю конкурентних переваг дає П.С. Завьялов. За його визначенням конкурентні переваги – це певна якість, якою не володіє конкурент, або вона у нього менше виражена. Конкурентну перевагу тут розуміють як головний показник економічного розвитку об'єкта (на будь-

якому рівні). За твердженням Р.А. Фатхундітовим, конкурентна перевага виникла на основі поняття «цінність». Тут ми повинні розуміти, яка особлива ознака, що особливе та що саме хоче створити, а потім і зберегти у майбутньому виробник. Саме він сформував поняття «конкурентна перевага» підприємства та продукції [10, 18, 44].

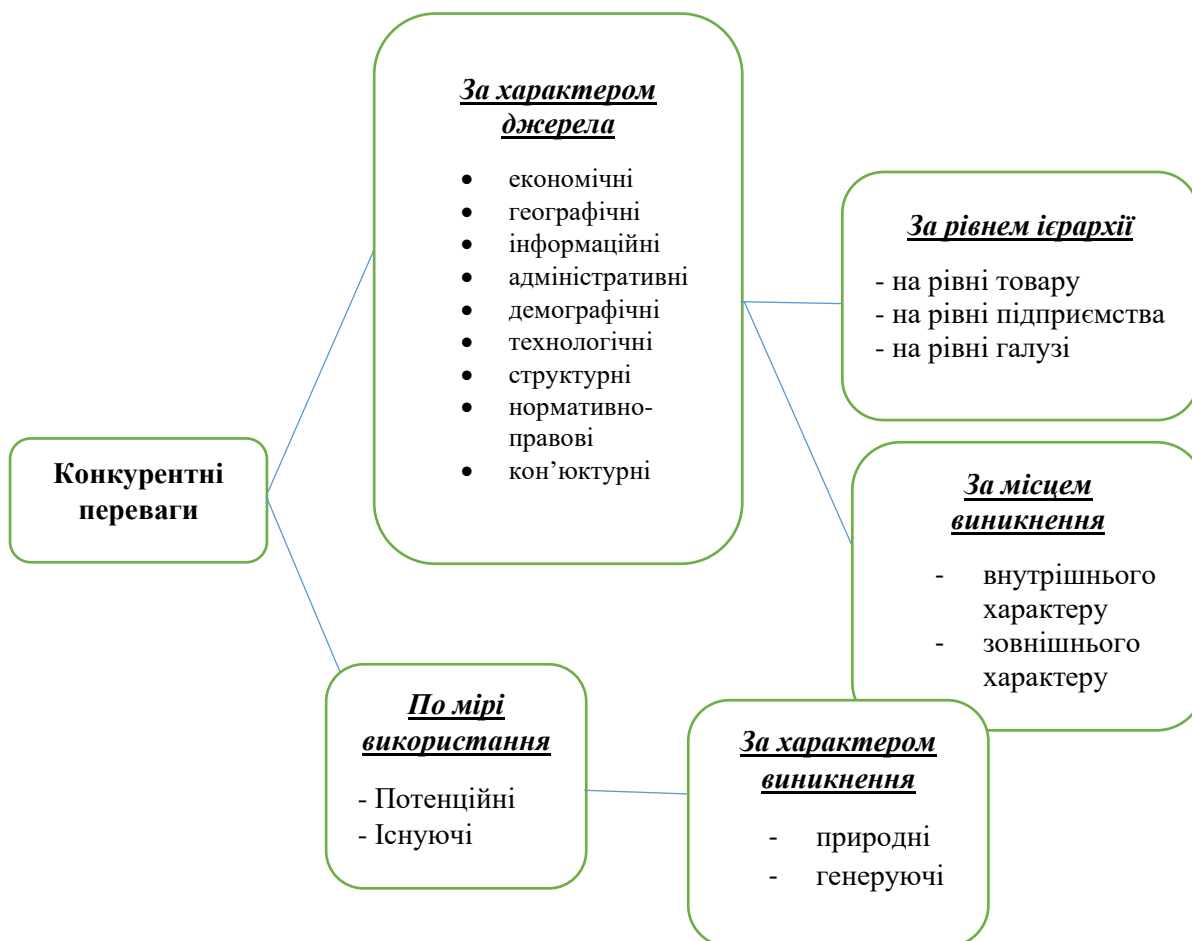
Кожен з авторів давав своє трактування категорії «конкуренція», але обов'язково прослідковував взаємозв'язок його з іншими економічними складовими та як вона впливає на діяльність будь-якого іншого підприємства [9, 7]. На основі вище перелічених тверджень ми можемо зауважити, що під поняттям «конкурентна перевага» розуміється будь – яка особливість підприємства, що дозволяє їй зайняти вигідну позицію та переважати своїх конкурентів у досягненні цілі. Перш за все це може бути ринкова частка, обсяг продажу, висока рентабельність і т.д.

Дуже важливо надати адекватну оцінку конкурентним перевагам, враховуючи, що ринок на сьогодні є дуже змінним, а цінність швидкоплинною, і змінюється вона залежно від ситуації, яка створюється в ринковій економіці вже сьогодні.

## **1.2. Методичні основи конкурентних переваг продукції**

Конкуренція є основою для створення конкурентних переваг на всіх рівнях функціонування підприємства. Її можна трактувати, як економічну боротьбу товаровиробників, за кращі умови виробництва, реалізації продукції, отримання більших прибутків. Окремі конкурентні переваги не забезпечують у повній мірі конкурентоспроможність. Тут відіграють важливу роль також чинники технічні, економічні, ринкові, а також ті, що виникають на державному рівні [8, 15, 21]. Що ж стосується конкурентних переваг, то їх класифікація представлена на рис. 1.1.





**Рис. 1.1 Класифікація конкурентних переваг**

Джерело: розроблено автором на основі [23, 26].

Фактори конкурентних переваг відрізняються за характером прояву та джерелами. Класифікація конкурентної переваги за джерелами є наступною:

- технологічні: передбачено новітнє обладнання, технології, що позитивно впливає на збільшення продуктивності та якості продукту/товару/послуги;
- ресурсні: як правило це доступ до здешевленої робочої сили, якості сировини;
- управлінські: підприємства, які мають кваліфікований персонал;
- ринкові: налагоджена система дистрибуції, реалізації товарів, креативна та доступна реклама;
- адміністративні: переваги, які надані державою;

- інноваційні: втілення в роботу наукових досягнень, наявність в організації науковців, які працюють за профелем діяльності підприємства;
- культурні: знання та використання культури країни, в якій здійснює свою діяльність дане підприємство [26].

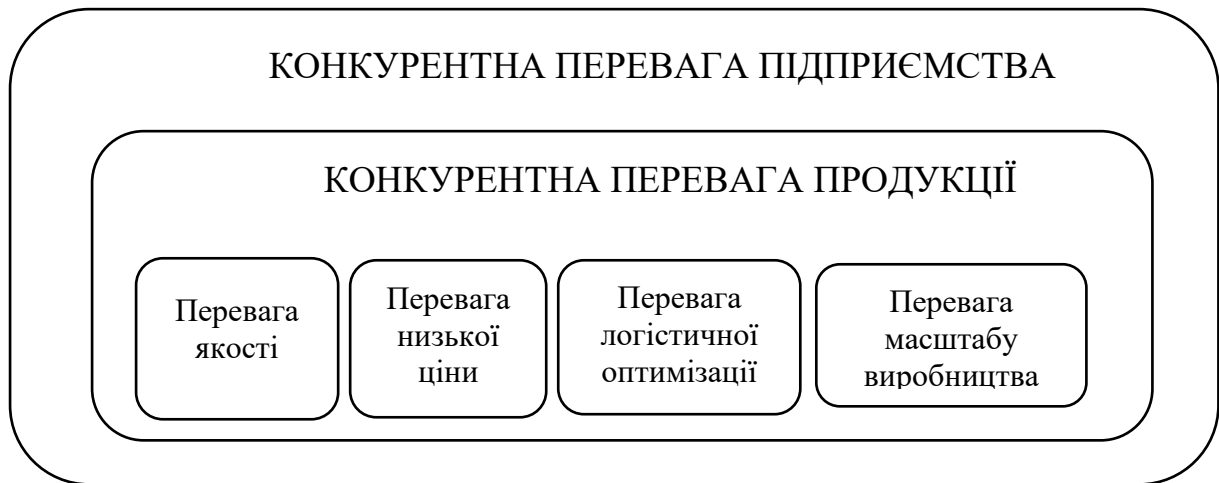
На даний час, такі поняття як джерело переваг та його характер мають досить велику важливість та значення. Результат того, як довго організація може займати лідируючі позиції на ринку залежить від багатьох чинників. Вони є досить різноманітні, але не менше важливі один від одного [35, 36]. Дешева, але якісна сировина, сучасні технології та обладнання, кваліфікований та мотивований персонал, потужна реклама та креативний маркетинговий хід, на наш погляд, одні з головних показників конкурентних переваг. Звісно, переваги потребують значних зусиль та капіталовкладень, але вони здатні себе виправдати в майбутньому та вплинути позитивно на розвиток самого підприємства [5, 46].

Отже, ми з'ясували, що будь-яка компанія прагне, аби її конкурентна перевага була стійкою та довготривалою, а стратегія, яку вона обрала не копіювала ту, яка вже використовується та не була повторена іншими в майбутньому. Формування такого потенціалу – це активний розвиток стратегії підприємства, результат якого повинен бути прийнятним та/або бажаним для власника організації.

### **1.3. Чинники формування конкурентних переваг продукції**

В даний час, коли економіка перебуває в нестабільному стані, формування або підтримка конкурентних переваг є процесом дуже актуальним і важливим. На зміну економічного оточуючого середовища, потрібно реагувати адекватно та вміти використати всі переваги, якими наділена фірма/організація, або ж створити ці переваги, задля досягнення економічної вигоди [5, 46]. Для того, аби мати стійкість у конкурентній боротьбі,

підприємство повинно підвищувати не тільки якість своєї продукції, а й знаходити шляхи для вдосконалення самої організації, його управління.



***Рис. 1.2. Залежність конкурентної переваги підприємства від конкурентної переваги продукції***

Джерело: складено на основі [7].

Успішність при функціонуванні будь-якого підприємства залежить в першу чергу від того, як швидко підприємство зможе зосередити свої зусилля для виготовлення високоякісної продукції із використанням найменших витрат, забезпечивши при цьому найбільшу кількість, ефективно використавши ресурси, встановивши привабливу та вдалу ціну [9]. Отже, можемо стверджувати, що конкурентна перевага – це рушійна сила для вдосконалення функціонування підприємства та покращення ефективності його роботи.

Розглянемо чотири напрями формування конкурентної переваги:

1. концентрація на собі;
2. концентрація на конкурентах;
3. концентрація на клієнтах;
4. орієнтація на ринкову перспективу [7].

Під час вибору підприємством першого напрямку вся увага приділяється лише власній поведінці, що може не відповідати сучасним умовам. Недосконаліми є другий та третій напрями, так як акцентують увагу лише на

окремих чинниках. Виходячи з цього, під час творення конкурентної переваги слід використовувати підхід останнього напрямку, який комплексно враховує особливості власної поведінки, вподобання клієнтів та дії конкурентів [2].

Конкурентні переваги, перш за все, повинні відповідати, на наш погляд, таким основним вимогам:

- \* орієнтуватись на можливості підприємства, бути оригінальними та унеможливити конкурента скопіювати їх;
- \* створити унікальну торгову марку та наділити її рисами для довготривалої перспективи;
- \* досягнути результатів, які б задовольнили всі головні потреби клієнтів.

Там, де виникає конкуренція, там і створюються конкурентні переваги. І чим більша конкуренція, тим більше виникає необхідності у підприємства створювати унікальні та якісні товари, надавати якісніші послуги та у більшій мірі задовольняти споживача [5, 18]. Тобто, конкуренцію ми можемо визнати економічним змаганням товаровиробників за більш вигіднішу позицію на ринку та отримання очікуваного прибутку.

Існувати тривалий час конкурентоспроможним підприємством на ринку складно. Це потребує багато затрат ресурсів та сил і має ряд чинників, що можуть позбавити цього компанію:

- зменшення привабливості за рахунок зниження інвестицій та інноваційного потенціалу (небажання вкладати кошти в розвиток підприємства в цілому);
- низький рівень адаптації (застаріле обладнання, довгий та тривалий шлях виробництва продукції);
- зниження рівня факторних умов (не підготовлений та некваліфікований персонал, збільшення витрат в цілому);
- низький рівень конкуренції (монополізм, часта зміна законодавства);
- зниження рівня платоспроможності громадян [18].

Отже, враховуючи вищенаведене, можна зробити висновки, щоб отримати конкурентні переваги, а також їх зберегти потрібні постійні зміни - вдосконалення, нововведення, стратегічно-правильні рішення задля успішності підприємства на довготривалій період.

### Висновки до першого розділу

Питання конкурентних переваг досліджувалось тривалий час багатьма вітчизняними і зарубіжними вченими. П.С. Завялов надає найбільш загальне трактування поняттю конкурентних переваг - це певна якість, якою не володіє конкурент, або вона у нього менше виражена. Нині ми розуміємо, що конкурентна перевага – це система, яка володіє певними індивідуальними цінностями та надає підприємству перевагу над конкурентами в економічній, технічній і організаційній сферах діяльності, а також можливість більш ефективно розпоряджатися наявними ресурсами.

Конкурентна перевага за своєю природою може бути зовнішньою і внутрішньою. Зовнішня формується за рахунок відмінних якостей товару, які створюють цінність для клієнта, внутрішня – це перевага організації щодо витрат виробництва, які менші ніж у конкурентів та які створюються за рахунок організаційної та виробничої інновації підприємства. Таким чином, будь-яка компанія прагне, аби її конкурентна перевага була стійкою та довготривалою, а стратегія, яку вона обрала не копіювала ту, яка вже використовується та не була повторена іншими в майбутньому.

Там, де виникає конкуренція, там і створюються конкурентні переваги. Чим більшого значення набуває конкуренція, тим більш важливим для успіху на ринку, у виробничій діяльності окремих підприємств і сфер, стають конкурентні переваги. Тому, аби мати стійкість у конкурентній боротьбі, підприємство повинно підвищувати не тільки якість своєї продукції, а й знаходити шляхи для вдосконалення самої організації та його управління.

## РОЗДІЛ II. ДІАГНОСТИКА КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПРОДУКЦІЇ в ТОВ «Бент-Айрон»

### 2.1. Оцінка зовнішнього середовища функціонування підприємства

Одним із найпопулярніших аналітичних методів, за рахунок якого можна визначити сильні та слабкі сторони підприємства, а також проаналізувати його можливості та загрози є SWOT-аналіз [4, 8].

	<b>Можливості (О)</b>	<b>Загрози (Т)</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Збільшення ефективності і продуктивності праці</li> <li>- Підвищення кваліфікації працівників</li> <li>- Зменшення собівартості продукції</li> <li>- Нарощення товаробігу</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Великі витрати на альтернативні джерела живлення</li> <li>- Посилення позиції конкурентів</li> </ul>
<b>Сильні сторони (S)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Створювати умови і сприяти підвищенню кваліфікації працівників.</li> <li>- Використовуючи наявність фінансових потужностей, збільшити виробничі потужності підприємства.</li> <li>- Залучати до співпраці найкращих спеціалістів для удосконалення якості продукції, яка виготовляється підприємством.</li> <li>- Проводити поступове формування зв'язків за межами країни, використовуючи здібності фахівців з ЗЕД, щоб забезпечити безперешкодний вихід на зовнішні ринки.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Розширити виробництво продукції за рахунок збільшення кількості одиниць обладнання та виробничих площ.</li> <li>- Створення запасу сировини на випадок її невчасної поставки та накопичення сировини для альтернативного живлення у разі нетривалого відключення електроенергії.</li> </ul>
<b>Слабкість (W)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Проводити рекламну кампанію у всіх можливих засобах масової інформації для розкрутки бренду.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Проводити моніторинг роботи конкурентів ,використовуючи їх помилки.</li> <li>- Формувати ефективну системи постачання сировини в межах країни та за кордоном.</li> <li>- Враховувати потреби потенційних клієнтів, шляхом опитування (на офіційному сайті) та аналізі клієнтів, які вже користуються продукцією компанії.</li> </ul>

**Рис. 2.1 SWOT-матриця для ТОВ «Бент-Айрон»**

Джерело: розроблено автором на основі [8, 17].

За допомогою даного аналізу ми максимально визначаємо чинники, які впливають на діяльність підприємства. Отже, в отриманих результатах чітко відслідковується вагомий потенціал підприємства. Воно має потужні можливості та переваги. Що ж стосується загроз та слабких сторін, то вони зумовлені локально, а також станом, в якому на сьогоднішній день перебуває країна.

Проаналізуємо товари, які на сьогоднішній день реалізує підприємство за допомогою матриці БКГ, одного з найпопулярніших маркетингових інструментів та визначимо найрентабельніші продукти (див. табл. 2.1.).

Таблиця 2.1.

### Аналіз реалізації парогенераторів ТОВ «Бент-Айрон» за матрицею БКГ

Назва товару	Об'єм продажів, тис. грн		Об'єм продажів у конкурента, тис.грн	Темпи росту, %	Доля ринку, %
	2021 рік	2022 рік			
Парогенератор 1,2 т.п./год	10 727, 96	5 822,22	16 414,73	0,54	0,35
Парогенератор 2,5 т.п./год	5 959, 98	11 644,45	9 470,04	1,95	1,22
Парогенератор 5 т.п./год	2 185, 32	4 192,00	3 156,68	1,91	1,32
Парогенератор > 5 т.п./год	993, 33	1 630, 22	2 525,34	1,64	0,64
Всього	19 886, 60	23 288, 90	31 566,80	1,17	0,73

Отже, у 2022 році підприємство реалізувало парогенераторів на загальну суму 23 288 900, 00 грн, що на 3 422 300, 00 грн більше ніж у 2021 році. Зобразимо отримані результати графічно - у вигляді діаграми.

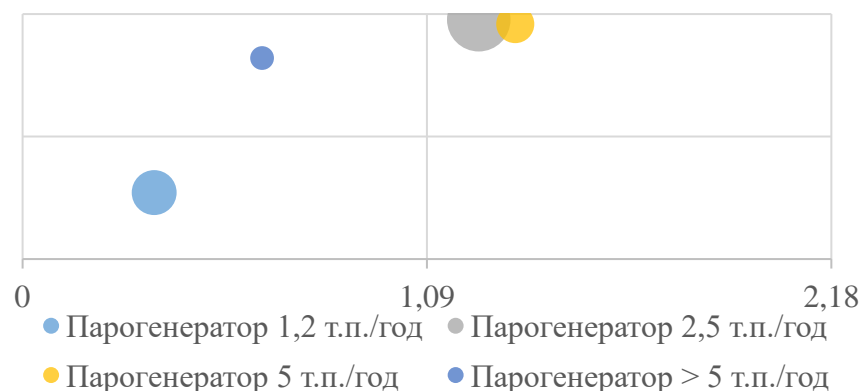


Рис. 2.2 Діаграма результатів за матрицею БКГ

Індикатор привабливості у матриці БКГ – це темп зростання ринку (вертикальна вісь), індикатор конкурентоспроможності (горизонтальна вісь) – це відносна частка ринку, стосовно найнебезпечнішого конкурента – ТОВ «Котлозавод «Крігер».

Таким чином, згідно проведеного нами аналізу до «Зірок» ми можемо віднести Парогенератор > 5 т.п./год, він перебуває на етапі зростання життєвого циклу, потребує значних затрат для підтримки росту. «Важкі діти» - Парогенератори 2,5 т.п./год. та 5 т.п./год. – мають високі показники темпу росту, проте низькі показники частки ринку. До «Дійних корів» можемо віднести Парогенератор 1,2 т.п./год., який перебуває на етапі зрілості, приносить високі прибутки та збільшує фінансові можливості в портфелі підприємства. Отже, виходячи з вище отриманих результатів, ми робимо висновок, що жоден з вироблених парогенераторів підприємства ТОВ «Бент-Айрон» не є збитковим.

## **2.2. Оцінка внутрішнього середовища підприємства ТОВ «Бент-Айрон»**

Об'єктом нашого дослідження є товариство з обмеженою відповідальністю «Бент-Айрон». Скорочено (далі) – ТОВ «Бент-Айрон». Зареєстроване та здійснює свою виробничу діяльність за адресою: 12415, Житомирська область, Житомирський район, село Іванівка, провулок Шкільний, 1. Кількість працівників станом на 31.12.2022 р. – 50 осіб.

Підприємство створене у 2016 році. Керівником організації (він же і директор) є Матвійчук Ігор Володимирович. Основними видами діяльності підприємства є виробництво парових котлів, крім котлів центрального опалення; виготовлення, ремонт та технічне обслуговування металевих виробів. Розглянемо далі склад і структуру асортименту підприємства (див. табл. 2.2.)



Таблиця 2.2.

**Склад і структура асортименту продукції ТОВ «Бент-Айрон»  
за 2020 – 2022 р.р.**

Вид продукції	Роки						Відхилення 2022р. до 2020р., %
	2020		2021		2022		
	тис. грн	%	тис. грн	%	тис. грн	%	
Парогенератор 1,2 т.п./год	981,47	49	1561,95	39	3004,50	30	0,61
Парогенератор 2,5 т.п./год	600,90	30	1401,75	35	5107,65	51	1,70
Парогенератор 5 т.п./год	200,30	10	801,00	20	1201,80	12	1,20
Парогенератор > 5 т.п./год	20,03	1	240,30	6	701,05	7	7,00
Разом	2003,00	100,0	4005,00	100,0	10015,00	100,0	10,51

З даної таблиці ми бачимо, що лідером з продажу на підприємстві, станом на кінець 2022 року, є Парогенератор 2,5 т.п./год. Його частка складає 51% серед інших котлів. Щодо прибутку на підприємства, то за останні 2020 – 2022 р.р. він виріс у 5 разів, що говорить про позитивну динаміку на досліджуваному підприємстві. Розглянемо результати забезпечення виробничими ресурсами ТОВ «Бент-Айрон» (див. табл. 2.3.).

Таблиця 2.3.

**Забезпеченість виробничими ресурсами ТОВ «Бент-Айрон»  
за 2020 – 2022 р.р.**

№ п/п	Показники	Роки			Відхилення 2022 р. до 2020 р., +/-
		2020	2021	2022	
1	Середньорічна вартість основних виробничих засобів, тис. грн	300,40	1002,00	2003,00	1702,60
2	Ступінь зносу основних виробничих фондів, %	10,04	11,18	23,06	13,02
3	Фондоозброєність (на 1 середньорічного працівника), тис. грн.	8,34	238,14	400,06	391,71
4	Середньорічна вартість оборотних засобів, тис. грн.	500,60	1002,00	7008,00	6507,40
5	Припадає оборотних засобів на 1 грн основних фондів, грн.	1,67	1,00	3,50	1,83
6	Середньорічна чисельність працівників, осіб	36	42	50	14

З отриманих результатів можемо стверджувати: середньорічна вартість основних виробничих засобів станом на 2022 рік складає 2 003 000, 00 грн., в порівнянні з 2020 роком – 300 400, 00 грн. Що стосується середньорічної вартості оборотних засобів, то вона зросла з 500 600, 00 грн. (2020 р.) до 7 008 000, 00 грн. (2022 р.). Фондоозброєність на 1 середньорічного працівника за 3 роки збільшилась на 391 716, 00 грн. 3,50 грн. припадає на 1 грн. основних фондів оборотних засобів (станом на 2022 р.).

Аналіз фінансових результатів діяльності ТОВ «Бент-Айрон» наведений в таблиці 2.4.

Таблиця 2.4.

**Фінансові результати діяльності ТОВ «Бент-Айрон»  
за 2020 – 2022 р.р.**

Показники	Роки			Відхилення 2022 р. до 2020 р.	
	2020	2021	2022	+/-	%
	1. Чистий дохід (виручка) від реалізації продуктів (товарів, робіт, послуг), млн.грн	2003,00	4005,00	10015,00	8012,00
2. Собівартість реалізованої продукції, млн. грн	1002,00	4005,00	9001,00	7999,00	8,98
3. Валовий фінансовий результат від реалізації продукції (товарів, послуг, робіт), млн. грн	800,90	500,60	901,00	101,00	1,12
4. Операційний прибуток, млн. грн	700,80	400,50	901,00	200,20	1,28
5. Чистий прибуток, тис. грн	700,80	300,40	901,00	201,00	1,28

Аналізуючи дану таблицю, ми бачимо, що чистий дохід станом на 2022 рік складає 10 015 000, 00 грн., в порівнянні з 2020 роком – 2 003 000, 00 грн. Це дозволило збільшити прибуток за останні три роки майже у тринадцять разів. Розглянемо ефективність використання виробничих ресурсів підприємства (див. табл. 2.5.)

Таблиця 2.5.

**Ефективність використання виробничих ресурсів ТОВ «Бент-Айрон» за 2022 – 2023 р.р.**

Показники	Роки			Відхилення 2022 р. до 2020р., +/-
	2020	2021	2022	
Фондовіддача	6,66	3,99	5,00	-1,66
Фондоємкість	0,15	0,25	0,02	-0,13
3. Коефіцієнт обороту оборотних засобів	40,00	4,00	1,43	-38,57
4. Тривалість 1 обороту оборотних засобів, днів	9	91	255	246
Матеріаловіддача	3,12	1,56	17,36	14,24
Матеріалоємкість	0,32	0,64	0,06	-0,26
7. Продуктивність праці, тис. грн	555,64	952,50	200,30	-355,34
8. Продуктивність праці (по оплаті праці)	2,32	3,96	3,33	1,01
9. Норма прибутку, %	174,98	3,00	10,00	-164,98

Аналіз даних по ефективності використання виробничих ресурсів на підприємстві свідчить про наступне: фондовіддача 2022 році становить 5,00 у порівнянні з 2020 роком – 6,66. Тривалість 1 обороту оборотних засобів за 2020-2022 р.р. зрісла майже у 29 разів, матеріаловіддача, у свою чергу, майже у 6 разів. Продуктивність праці за 2020 рік становить 555 640,00 грн, у 2022 році – 200 300,00 грн.

### **2.3. Аналіз конкурентних переваг продукції у ТОВ «Бент-Айрон»**

Кожна галузь має власне конкурентне середовище, тому кожне підприємство повинно адекватно оцінювати своїх конкурентів, а також їх інтереси, для того аби домогтися створення ефективних конкурентних стратегій [39].

З метою детальної оцінки продукції, яка є конкурентоспроможною, щодо головних показників товарів, які є аналогами, використовуємо наступний показник – рейтинг товару [26]. Це є добуток оцінок відносних показників по якості продукції, який дозволяє отримати кількісну

характеристику (загальну) переваг над іншим товаром. У нашому дослідженні за базу порівняння обрано продукцію конкурента ТОВ «Котлозавод «Крігер», конкурентоспроможність якої прийнято за 100. Оцінка якості твердопаливних парових котлів подана в таблиці 2.6., де вихідна інформація має наступні значення – бали:

Таблиця 2.6.

### Оцінка конкурентоспроможності продукції за якістю

Показник якості	ТОВ «Котлозавод «Крігер», KRIGER NS (базова продукція)	ТОВ «Сан-Техно», САН 700/1000 кг	ТОВ «Котлозавод Ліка», Ц(КП)-1-9Р	ПП «Ідмар Україна», Idmar SB 700	ТОВ «БЕНТ АЙРОН», Парогенератор 1,2т/860 кВт
Продуктивність	++	++	++	++	++
Встановлена потужність	++	++	++	++	++
ККД	++	++	+	++	++
Тиск пару	++	0	+	+	++
Якість металу	++	+	+	+	+
Площа розміщення котла	+	++	++	+	++
Об'єм завантаженого палива	++	+	0	+	+
Термін експлуатації	++	+	0	+	++

Значення показників та оцінка критеріїв якості наведена в таблиці 2.7.

Таблиця 2.7.

### Значення показників оцінки критеріїв якості

Показник	Значення	Оцінка
«+++»	«відмінно»	«5»
«+»	«добре»	«4»
«0»	«задовільно»	«3»
«-«	«з недоліками»	«2»
«--«	«з великими недоліками»	«1»

Отже, з 8-ми основних показників, які відповідають якості товару, 6-ть показників парогенераторів ТОВ «Бент-Айрон» відповідають значенню «відмінно», 2 – «добре», такі значення як «задовільно», «з недоліками», «з

великими недоліками» - відсутні, що свідчить про високу якість оцінених парогенераторів ТОВ «Бент-Айрон».

Розрахунок відносних показників якості здійснюється за формулою:

$$q_i = \frac{P_i}{P_{\text{баз}_i}} \text{ або } \frac{P_{\text{баз}_i}}{P_i}, \quad \text{де} \quad [17].$$

$P_i$  – відносний показник якості продукції, що оцінюється;  $P_{\text{баз}_i}$  – одиничний показник якості базової моделі;  $q_i$  – відносний показник якості.

Ми використовуємо формулу, яка подана в першому варіанті, так як це пов'язано з отриманими параметрами в попередній таблиці.

Розрахунок, щодо відносного показника якості, наданий в таблиці 2.8.

Таблиця 2.8.

### Рейтингова оцінка конкурентоспроможності твердопаливних парогенераторів за якістю

Показник якості	Значення показника (оптимальні)	Основні конкуренти					ТОВ «Котлозавод «Крігер», KRIGER NS	Відносні показники			
		ТОВ «БЕНТ АЙРОН», Парогенератор 1,2т/860 кВт	ТОВ «Сан-Техно», САН 700/1000 кг	ТОВ «Котлозавод Ліка», Ц(КПТ)-1-9Р	ПП «Ідмар Україна», Ідмар SB 700	ТОВ «БЕНТ АЙРОН», Парогенератор 1,2т/860 кВт		ТОВ «Сан-Техно», САН 700/1000 кг	ТОВ «Котлозавод Ліка», Ц(КПТ)-1-9Р	ПП «Ідмар Україна», Ідмар SB 700	
Продуктивність	1,0т	5	5	5	5	5	1,00	1,00	1,00	1,00	
Встановлена потужність	850 кВт	5	5	5	5	5	1,00	1,00	1,00	1,00	
ККД	85 %	5	5	4	5	5	1,00	1,00	0,80	1,00	
Тиск пару	15 бар	5	3	4	4	5	1,00	0,60	0,80	0,80	
Якість металу	8 мм	4	4	4	4	5	0,80	0,80	0,80	0,80	
Площа розміщення котла	20 м <sup>3</sup>	5	5	5	4	4	1,25	1,25	1,25	1,00	
Об'єм завантаженого палива	2,0т	4	3	3	4	5	0,80	0,60	0,60	0,80	
Термін експлуатації	20р.	5	4	3	4	5	1,00	0,80	0,60	0,80	
<b>Всього</b>	-	38	34	33	35	39	-	-	-	-	
<b>Рейтинг</b>	-	<b>II</b>	<b>IV</b>	<b>V</b>	<b>III</b>	<b>I</b>	-	-	-	-	

Отже, здійснюємо розрахунок показників:

$$P_{(\text{Бент-Айрон})} = 1,00 \times 1,00 \times 1,00 \times 0,80 \times 0,80 \times 1,25 \times 1,00 \times 1,00 = 0,80;$$

$$P_{(\text{САН})} = 1,00 \times 1,00 \times 1,00 \times 0,60 \times 0,80 \times 1,25 \times 0,60 \times 0,80 = 0,29;$$

$$P_{(\text{П(КПТ)-1-9Р})} = 1,00 \times 1,00 \times 0,80 \times 0,80 \times 0,80 \times 1,25 \times 0,60 \times 0,80 = 0,23;$$

$$P_{(\text{Idmar})} = 1,00 \times 1,00 \times 1,00 \times 0,80 \times 0,80 \times 1,00 \times 0,80 \times 0,80 = 0,41.$$

Рейтинг дослідження показує, що найбільш наближений до базового товару є парогенератор «Бент Айрон 1,2 т.п./год.», рейтинг якого становить 0,80.

Параметри цього котла є максимально наближені до еталону. Його перевагами серед інших конкурентів є: займана площа, об'єм завантаженого палива та термін експлуатації.

Тепер здійснюємо розрахунок групового показника:

$$I_{\text{т.п}} (\text{Бент-Айрон}) = (1,00 \times 1,0) + (1,00 \times 850) + (1,00 \times 85) + (1,0 \times 15) + (0,80 \times 8) + (1,25 \times 20) + (0,80 \times 2,0) + (1,00 \times 20) = 1\,004,0;$$

$$I_{\text{т.п}} (\text{САН}) = 993,6;$$

$$I_{\text{т.п}} (\text{П(КПТ)-1-9Р}) = 975,6;$$

$$I_{\text{т.п}} (\text{Idmar}) = 992,0.$$

Конкурентоспроможність за груповим показником, доводить ще раз, що парогенератор ТОВ «Бент-Айрон» є сильним конкурентом на ринку. З розрахованих показників, можна зробити висновок, що твердопаливний паровий котел Бент-Айрон 1,2 т.п./год. не поступається за аналізованими показниками своїм конкурентам. Отже, рівень конкурентоспроможності парогенератора «Бент-Айрон» 1,2 т.п./год. є вищим серед інших парових котлів, які ми оцінили.

## Висновки до другого розділу

Ключовими факторами ефективності управління підприємством є зовнішня і внутрішня сфера діяльності. За допомогою аналітичного методу, що дозволяє визначити сильні та слабкі сторони підприємства - SWOT-аналізу було встановлено, що досліджуване підприємство має вагомий потенціал - потужні можливості та переваги. Що ж стосується загроз та слабких сторін, то

вони зумовлені локально, а також станом, в якому на сьогоднішній день перебуває країна. Відповідно до аналізу реалізації парогенераторів ТОВ «Бент-Айрон» за матрицею БКГ визначено, що у 2022 році підприємство реалізувало парогенераторів на 3 422 300, 00 грн більше ніж у 2020 році і жоден з вироблених товарів підприємства не є збитковим.

Фактори внутрішнього середовища визначають внутрішню ефективність управління підприємством і визначаються безпосередньо за рахунок особливостей управління самої системи та процесів, які перебувають в цій системі. Так, під час дослідження складу і структури асортименту підприємства ТОВ «Бент-Айрон» було встановлено, що лідером з продажу на підприємстві станом на кінець 2022 року є Парогенератор 2,5 т.п./год. Його частка складає 51% серед інших котлів. Досліджуючи фінансові результати підприємства ми встановили, що чистий дохід станом на 2022 рік складає 10 015 000, 00 грн., в порівнянні з 2020 роком – 2 003 000, 00 грн. Це дозволило збільшити прибуток за останні три роки майже у тринадцять разів.

Під час визначення такого показника як «рейтинг товару» з 8-ми основних показників, які відповідають якості товару, 6-ть показників парогенераторів ТОВ «Бент-Айрон» відповідають значенню «відмінно», 2 – «добре», такі значення як «задовільно», «з недоліками», «з великими недоліками» - відсутні і це свідчить про високу якість оцінених парогенераторів ТОВ «Бент-Айрон». Конкурентоспроможність за груповим показником, ще раз доводить парогенератор ТОВ «Бент Айрон» є сильним конкурентом на ринку.

### РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ У ТОВ «Бент Айрон»

#### 3.1. Обґрунтування підвищення якості виготовленої продукції у підприємстві ТОВ «Бент-Айрон»

Опалення - це важлива складова домашнього затишку. Для забезпечення теплом побутових та промислових потреб найчастіше використовуються парові котли (парогенератори). Дане обладнання дозволяє вирішувати завдання будь-якої складності і є економічно вигідним варіантом теплопостачання для підприємств. Подібне обладнання може працювати від будь-яких енергоресурсів: твердого палива, газу, електроенергії [19].



**Рис. 3.1. Призначення та функціонал парогенераторів**

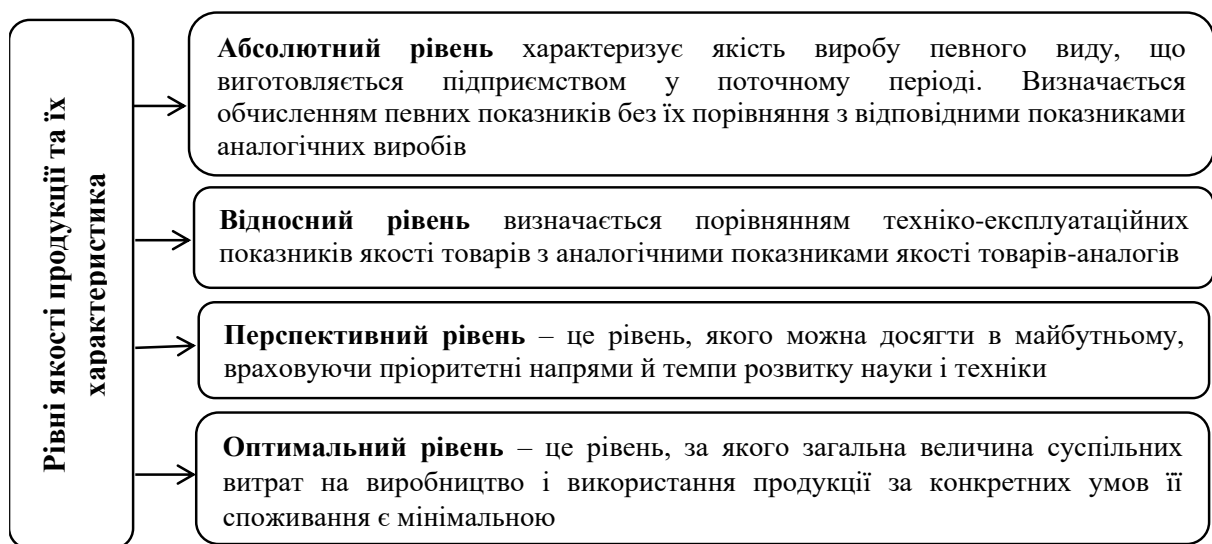
Джерело: розроблено автором на основі [19, 32].

Багато споживачів вважають, що водяне та парове опалення це одне і теж саме, але це зовсім не так. Парове опалення це особлива конфігурація водяного обпалення. Паровим котлом називають агрегат, який виробляє пар – це і є енергоносієм, за допомогою якого здійснюється обпалення. Основна схема застосування парових котлів – промислове виробництво (сільськогосподарські підприємства, харчова промисловість і т.д.).



Конструкція твердопаливних парових котлів є різноманітною. Начастіше, в якості основного параметра виступає метод завантаження палива(ручний, автоматичний), а також час за який згорає паливо та принцип, за яким відбувається передача енергії. Промислові парові котли, як ми вже і говорили раніше, є найбільш затребувані теплогенератори. Сфери їх застосування є досить широкі [19].

На сьогоднішній день український ринок налічує десятки виробників парових котлів, які відрізняються за модифікацією, ціною, сферою застосування. Відповідно, для того щоб залишатись на ринку та бути конкурентоспроможним, а особливо враховуючи, що країна знаходиться у стані війни, ми вважаємо, потрібно удосконалюватись, підвищувати якість продукції власного виробництва та відповідати умовам, які диктує ринок [27].



**Рис. 3.2. Характеристика рівнів якості продукції підприємств**

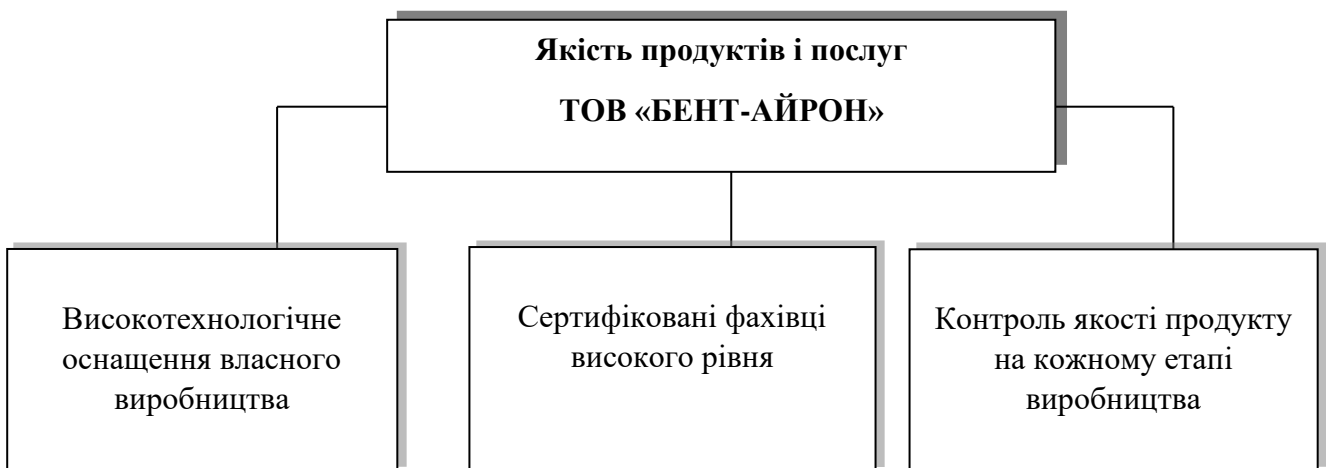
Джерело: розроблено автором на основі [6, 9].

Одним з реальних прикладів удосконалення свого виробництва є товариство з обмеженою відповідальністю «БЕНТ-АЙРОН», яке здійснює свою виробничу діяльність у селі Іванівка, Житомирського району, Житомирської області. Дане підприємство виготовляє сучасні промислові парогенератори високої якості. Процес виробництва на підприємстві

відповідає міжнародним стандартам якості та безпеки ISO 9001 і вся продукція випускається на підставі ТУ (технічних умов).

Підприємство надає гарантію на всі види парогенераторів власного виробництва, а також здійснює якісне сервісне обслуговування. Що стосується якості надання послуг підприємством, то воно діє на високому рівні - постачання будь-якої запчастини здійснюється протягом 1 дня.

Ефективне управління, кваліфікований персонал та постійні методи та способи удосконалення господарювання роблять відомим та найбільш вживаним продукцію цього бренду.

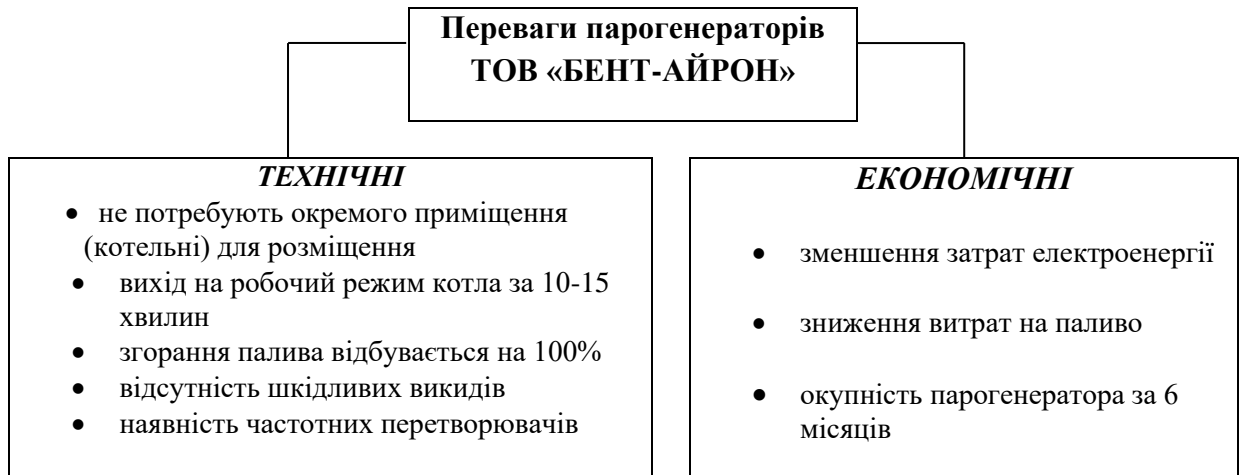


**Рис. 3.3. Головні переваги продуктів і послуг ТОВ «Бент-Айрон»**  
Джерело: розроблено автором

### **3.2. Інноваційні технології виготовлення котлів у ТОВ «Бент-Айрон»**

Процес впровадження нового виду продукції є затратним, довготривалим і передбачає вивчення кон'юнктури ринку, конкуренції на ринку, прихильність споживачів до даної торгової марки тощо. Активність інноваційної діяльності на підприємстві дає змогу підвищити конкурентоспроможність продукції та зробити відомим підприємство, що в подальшому покращить його як господарську діяльність, так і охоплення частки ринку по реалізації твердопаливних парогенераторів [6, 13, 16].

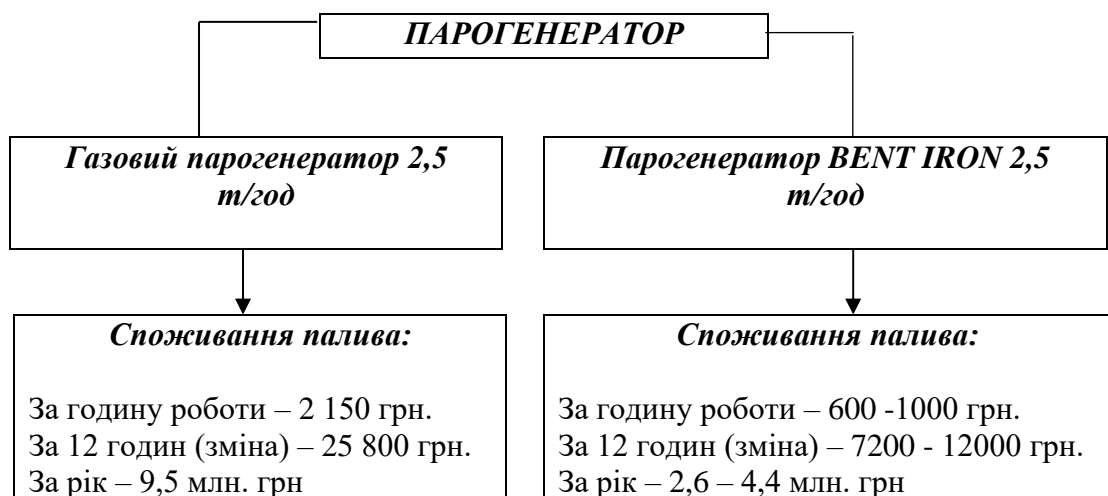
Ще у 2016 році підприємство «БЕНТ-АЙРОН» було єдиним в Україні, яке займалось виготовленням спіральних теплообмінників (змійовиків) під індивідуальне замовлення. Висока якість у теплообмінниках створюється за рахунок новітніх технологій зварювання, а також гнуття та термообробки.



**Рис. 3.4. Переваги парогенераторів ТОВ «Бент-Айрон»**

Джерело: розроблено автором

Як ми вже з'ясували, продукція ТОВ «БЕНТ-АЙРОН» має дійсно ряд інноваційних переваг, що вирізняє продукцію даного підприємства серед інших. Звернути увагу на економічні переваги, які дозволяють приємно здивувати споживача.



**Рис. 3.5. Порівняння економічних показників**

Джерело: розроблено автором

Ще однією особливістю ТОВ «БЕНТ-АЙРОН» є будівництво котельні під ключ, що має такі переваги:

- відсутність будівництва окремого приміщення на фундаменті;
- не потребує виготовлення проекту;
- може встановлюватись безпосередньо в зоні виробництва;
- зручне та мобільне переміщення;
- монтаж за 1 день.

Підприємство «БЕНТ-АЙРОН» надає також ряд послуг високого рівня. Розглянемо декілька основних.

Таблиця 3.1.

### Перелік послуг наданих ТОВ «Бент-Айрон»

Вид послуги	Шлях реалізації
Безкоштовна консультація щодо експлуатації обладнання	Представник компанії консультує по підборі обладнання, для кращої ефективності роботи
Короткі терміни доставки та установки замовленої продукції	Кваліфіковані представники фірми доставляють та виконують всі необхідні роботи по встановленню парогенератора за 5 робочих днів
Проведення інструктажу та налаштування парогенератора	Майстром безкоштовно здійснюється запуск та налагодження системи функціонування котла, після чого все працює автоматично
Гарантія на парогенератори складає 5 років	Представники фірми усувають всі несправності, які виникли під час експлуатації парогенератора в короткі терміни (2-6 днів, залежно від об'єму роботи, яку потрібно виконати та територіального розташування)

Отже, перелік послуг, які надає підприємство ТОВ «Бент-Айрон» дозволяє споживачу максимально зменшити витрати та час на монтаж, ремонт і експлуатація придбаних парогенераторів.

### 3.3. Прогнозування зростання конкурентних переваг продукції у ТОВ «Бент-Айрон»

Висока конкурентоспроможність на певному сегменті ринку та певний часовий проміжок – основна характеристика успішної діяльності організації. Об'єктивною необхідністю при цьому є прогнозування розвитку підприємства, враховуючи те, що вигідну позицію на ринку займає той, хто розробляє нові конкурентні ідеї, може проаналізувати середовище та проаналізувати поведінку своїх конкурентів [7, 11, 25].

Таким чином, спробуємо спрогнозувати результати конкурентних переваг, взявши до уваги всі складові під час реалізації нового проекту на підприємстві ТОВ «Бент Айрон» в 2024 році – «Виготовлення парогенератора 4 т.п./год.». Розрахунок потреб в інвестиціях наведено в таблиці 3.2.

Таблиця 3.2.

#### Розрахунок інвестицій для проекту «Виготовлення парогенератора 4 т.п./год.» на 2024 р.

Витрати	Обсяги, тис. грн	Джерела фінансування
Проектні роботи	42,50	власний капітал
Машини та обладнання	670,00	кредитні кошти
Монтажні та налагоджувальні роботи	76,45	власний капітал
Товарно – матеріальні запаси	602,70	кредитні кошти
Оборотні кошти	800,00	власний капітал
Інші витрати пов'язані з виробництвом	282,00	власний капітал
Всього необхідних інвестицій	2 191,93	-

З таблиці ми бачимо, що загальна сума інвестицій на вищезгаданий проект становить 2 191 932, 00 грн. Отже, для реалізації даного проекту потрібно залучити кредитні кошти (див табл.3.3.).

Таблиця 3.3.

### Загальна потреба коштів і розрахунок щодо їх повернення

Джерело фінансування	Сума, грн	Джерело доходу щодо повернення коштів
Борг (кредит), тис.грн.	1 272,70	За рахунок реалізації товару на повернення боргу
Загальна потреба коштів, тис.грн.	2 191,93	
% за кредитом	32	

Ми бачимо, що сума кредиту сягає 1 272 700, 00 грн, при цьому відсоткова ставка за кредитом становить 32 %. Враховуючи потужності досліджуваного підприємства, розраховуємо виручку від реалізації продукції за новим проектом (табл. 3.4.)

Таблиця 3.4.

### Прогноз виручки від реалізації продукції за проектом «Виготовлення парогенератора 4 т.п./год.»

Показник	2024 р.	2025 р.	2026р.	2027 р.
Обсяги реалізації, шт	9	10	11	12
Ціна, тис.грн/шт	4 000,00	4 200,00	4 450,00	5 000,00
Виручка від реалізації, тис.грн	36 000,00	42 200,00	48 950,00	60 000,00

Відповідно, враховуючи ціну продукції (парогенератора 4 т.п./год.) та обсяги її реалізації, ми отримали результати, щодо виручки від реалізації: за 2024 рік сума становить 36 000 000, грн, за наступні 3 роки відповідно – 42 200 000 грн., 48 950 000, 00 грн., 60 000 000, 00 грн.

Розрахунок експлуатаційних витрат за інвестиційним проектом «Виготовлення парогенератора 4 т.п./год.» наведено в таблиці 3.5.

Таблиця 3.5.

**Розрахунок витрат за інвестиційним проектом «Виготовлення парогенератора 4 т.п./год»**

Показник	2024 р.	2025 р.	2026 р.	2027 р.
Витрати на обладнання, тис.грн	670,00	804,00	1 045,20	1 442,37
Інші матеріальні витрати, тис.грн	602,70	723,24	940,21	1 297,50
Прямі витрати на оплату праці, тис.грн	12 000,00	14 400,00	15 840,00	19 008,00
Загальновиробничі витрати, тис.грн	282,00	338,40	439,92	607,09
Відрахування на соціальні заходи, тис.грн	2 340,00	2 808,00	3 088,80	3 706,56
Всього експлуатаційних витрат	15 894,70	19 073,64	21 354,13	26 061,52

У вищенаведеній таблиці ми розраховували всі експлуатаційні витрати за чотири наступні роки (2024-2027). Отримавши відповідні результати визначаємо прогнозований потік готівки на майбутні роки (див. табл. 3.6.)

Таблиця 3.6.

**Розрахунок потоку готівкових коштів за проектом «Виготовлення парогенератора 4 т.п./год»**

Показник	2024 р.	2025 р.	2026 р.	2027 р.
Виручка від реалізації, тис.грн	36 000,00	42 200,00	48 950,00	60 000,00
Експлуатаційні витрати, тис.грн	15 894,70	19 073,64	21 354,13	26 061,52
Валовий прибуток, тис.грн	20 105,30	23 126,36	27 595,87	33 938,50
Чистий прибуток, тис.грн	4 210,60	4 052,72	6 241,36	7 876,96
% за кредитом, тис.грн	32	32	34	35
Сума кредиту, тис.грн	1 679,96	2 015,95	3 350,00	3 037,50
Прибуток після виплати кредиту, тис.грн	2 530,64	2 036,76	2 891,74	4 839,46

Врахувавши експлуатаційні витрати та виручку від реалізації, отримуємо валовий прибуток, що дозволяє отримати дані по чистому

прибутку. З даної таблиці видно, що він за чотири роки зростає майже у два рази. Що стосується прибутку після виплати кредиту то він зріс на 2 % або на 2 308 827,68 грн., що є позитивним показником для даного проекту.

Отже, враховуючи інвестиції для впровадження даного проекту, всі необхідні витрати, а також обсяги реалізації продукту, визначаємо ключові показники для провадження даного проекту (табл. 3.7.)

Таблиця 3.7.

**Основні показники впровадження проекту «Виготовлення парогенератора 4 т.п./год»**

Показники	Значення
1. Інвестиції для впровадження проекту, тис.грн.	3 346,96
2. Чиста теперішня вартість (NPV) за проектом, тис.грн	33 938,50
3. Внутрішня норма прибутковості проекту (IRR), %	43,08
4. Термін окупності проекту, років	5,38
5. Норма інвестиційного прибутку, %	0,18
6. Норма беззбитковості,%	21,18
7. Рентабельність продажу, %	8,06

З даної таблиці ми бачимо, що отримано наступні результати: чиста теперішня вартість проекту (NPV) становить 33 938 481,84 млн.грн., при цьому внутрішня норма прибутковості (IRR) дорівнює 43,08 %. Рентабельність продажу складає 8,06 %, при нормі інвестиційного прибутку 0,18 % та нормі беззбитковості у 21,18 %. Термін окупності даного проекту сягає 5 років.

Отже, отримані результати за прогнозованим проектом свідчить про те, що даний проект має шанс на існування, не є збитковим для підприємства та в майбутньому може сприяти подальшому його розвитку.

#### Висновки до третього розділу

Створення високого рівня якості відбувається за рахунок впроваджень технічних, організаційних, економічних та інших комплексних заходів, що являє собою вагомий та трудомісткий процес. Він також передбачає проектування, створення (виготовлення) та реалізацію товару, що в



майбутньому може корисно вплинути на діяльність підприємства. Одним з реальних прикладів удосконалення свого виробництва є товариство з обмеженою відповідальністю «БЕНТ-АЙРОН». Процес виробництва на підприємстві відповідає міжнародним стандартам якості та безпеки ISO 9001 і вся продукція випускається на підставі ТУ (технічних умов). Ефективне управління, кваліфікований персонал та постійні методи та способи удосконалення господарювання роблять відомим та найбільш вживаним продукцію цього бренду.

Впровадження інноваційних технологій є рушійною силою для подальшого розвитку ТОВ «Бент-Айрон». Ще у 2016 році підприємство «БЕНТ-АЙРОН» було єдиним в Україні, яке займалось виготовленням спіральних теплообмінників (змійовиків) під індивідуальне замовлення. Підприємство надає також ряд послуг високого рівня, що дозволяє споживачу максимально зменшити витрати та час на монтаж, ремонт і експлуатація придбаних парогенераторів.

Під час написання даного проекту нами було спрогнозовано результати конкурентних переваг реалізації нового проекту, яке керівництво підприємства ТОВ «Бент-Айрон» планує розпочати в 2024 році – «Виготовлення парогенератора 4 т.п./год.». Отримавши певні результати ми можемо стверджувати про те, що даний проект має шанс на існування, не є збитковим для підприємства та в майбутньому може сприяти подальшому його розвитку.

## ВИСНОВКИ І ПОПОЗИЦІЇ

При написанні проекту було виокремлено теоретичні та практичні аспекти конкурентних переваг продукції, виконано поставлені завдання, та в повній мірі досліджено об'єкт роботи згідно тематики, проведено низку аналізів та розрахунків.

Було з'ясовано, що конкурентні переваги є результатом низької собівартості, диференціації продукції, а також вдалого сегментування ринку, ефективного створення та використання інновацій, розумного та виваженого бачення на потреби ринку. Тобто під конкурентними перевагами можна розуміти будь – які особливості підприємства (організації), які воно використовує під час своєї діяльності, що допомагає йому мати певну перевагу над конкурентами у всіх сферах, та дає можливість збільшити обсяг продажу, рентабельність, прибуток та ін. Основою конкурентних переваг є унікальні особливості підприємства, ефективне управління, що є досить важливо для вдалого ведення бізнесу.

Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи є товариство з обмеженою відповідальністю «Бент-Айрон», яке здійснює свою виробничу діяльність на території села Іванівка, Житомирського району, Житомирської області. Основним фінансовим результатом під час здійснення будь-якої діяльності є прибуток, а його зростання дає можливість збільшити фінансові ресурси та фінансові результати. Найбільша питома вага належить чистому прибутку, що означає повну залежність результатів економічної діяльності від реалізації продукції. Таким чином, чистий дохід ТОВ «Бент-Айрон» станом на 2022 рік складає 10 015 000, 00 грн, в порівнянні з 2020 роком – 2 003 000, 00 грн, тобто зростає у п'ять разів і це свідчить про позитивну динаміку діяльності підприємства. В свою чергу чистий прибуток зріс майже у тринадцять разів і становить 8 200 300, 00 грн.

Досліджуване підприємство має потужний осередок можливостей і переваг: жоден із вироблених товарів підприємстві не є збитковим; рівень конкурентоспроможності парогенераторів ТОВ «Бент-Айрон» є вищим серед

інших парових котлів; ефективне управління та методи удосконалення господарювання роблять відомим та найбільш вживаним продукцію даного бренду. Звісно прослідковуються недоліки, які зумовлені на локальному рівні, але велику частку в цьому відіграє і той факт, що країна знаходиться майже два роки у стані війни.

Дане підприємство, як і будь яке підприємство не державної форми власності, має на меті отримання максимального прибутку. В ході дослідження було з'ясовано, що воно має для того всі необхідні складові та розглядає можливості для подальшого розвитку.

Висока конкурентоспроможність на певному сегменті ринку та у певний часовий проміжок – основна характеристика успішної діяльності підприємства, об'єктивною необхідністю при цьому є прогнозування розвитку підприємства. Так, у 2024 році керівництво ТОВ «Бент-Айрон» має на меті реалізувати проект з виготовлення твердопаливного парогенератора 4 т.п./год. За результатами проведених нами розрахунків, ми можемо зробити висновок, що даний проект має шанс на існування. Він є прибутковим для підприємства та може позитивно сприяти подальшому розвитку підприємства.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бедринець М.Д., Довгань Л.П. Фінанси підприємства. навч. посіб. / М.Д. Бедринець, Л.П. Довгань. – Київ: Центр учбової літератури, 2018. С. 86-102.
2. Биковець В.М. Роль бізнес-асоціацій в системі розвитку і підтримки інноваційного підприємництва в Україні // Проблеми та перспективи розвитку інноваційної діяльності в Україні: матер. XI Міжнародного бізнес-форуму / Відп. ред. А.А. Мазаракі. Київ. 2018. С. 32-34.
3. Битов В.П., Горбач Л.М., & Котляров В.О. Економічні методи управління як головні важелі ефективного розвитку підприємства. *Економічний форум*, 1(2). 2021. С. 55-61.
4. Бленда Н. О., Вовк Д. А. Методи стратегічного аналізу бізнессередовища. Матеріали XI Всеукраїнської наукової конференції «Актуальні питання сучасної економіки» 20 грудня 2019 р. Умань: Видавець «Сочінський», 2019. С. 15-16.
5. Бондар Ю.А., Легінькова Н.І. Оптимізація системи стратегічного управління підприємством //Економіко – правові дискусії: матеріали Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. студентів, аспірантів та молодих учених, 30 квітня 2020 р. Кропивницький. 2020. С. 27-30.
6. Водянка Л.Д., Підгірна В.С., Сироїжко К.В. Зарубіжний досвід державного регулювання інноваційної діяльності // Інвестиції: практика та досвід. 2018. № 9. С. 77-82.
7. Воронько-Невіднича Т. В. Управління конкурентоспроможністю підприємства в мовах нестабільного ринкового середовища. Економіка та управління підприємствами. 2018. Випуск 21. С. 251-254.
8. Гаватюк Л.С., Дембіцька А.В. Оцінка рентабельності підприємства та шляхи її підвищення в сучасних умовах господарювання. Вісник Хмельницького національного університету. 2018. № 3. Том 1. С. 15-19.
9. Геращенко І. О. Напрямки підвищення ефективності управління фінансовою стійкістю на підприємстві / І. О. Геращенко // Вісник

Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 20 (1296). – С. 65-68

10. Горященко Ю.Г. Теоретико-методологічне забезпечення інноваційного розвитку підприємств: дис. на здоб. наук. ступ. докт. екон. наук. 08.00.04. Дніпро: Університет митної справи та фінансів. 2021. С. 58-72.

11. Гудзь О.І. Стратегія розвитку підприємства: сутність та класифікація // Економічний журнал Мукачівського державного університету. 2018. № 18. С. 346-352.

12. Гулик Т.В., Михеева А.М. Зниження собівартості продукції як чинник підвищення ефективності роботи підприємства. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету - №40/2019. С 69-74.

13. Гуцалюк О.М., Бондар Ю.А. Управління стратегічним розвитком транспортної інфраструктури національної економіки // Науковий вісник Івано-Франківського національного технічного університету нафти та газу. Івано-Франківськ, 2021. Вип.1(23). С.98-107.

14. Даниш Н.І., Максименко Д.В. Аналіз резервів зниження собівартості продукції. Приазовський економічний вісник. Бухгалтерський облік, аналіз і аудит. 2019. № 6. С. 351–356.

15. Дикань В. Л., Толстова А. В. Розвиток економіки України на основі принципу рівноправності відносин держави, бізнесу та суспільства. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2018. - № 63. С. 9-19.

16. Дорошенко А.Ю. Особливості інноваційної діяльності малих підприємств // Інноваційні ідеї в економічній науці: пошуки вирішення сучасних проблем: матеріали науково-практичної конференції, 19-20 квітня 2018 року / Нац. ун-т «Києво-Могилянська академія». Київ: Знання України, 2018. С. 52-54.

17. Економіка підприємства : підручник / [Благодарумова О. В., Гавриш О. М., Зудова І. Ю. та ін.]/ за заг. ред. Н. В. Якименко-Терещенко. – Харків : Видавництво Іванченка І. С., 2018. С. 218-226.

18. Економіка та підприємництво в умовах сучасних викликів: матеріали збірника Всеукраїнської науково-практичної конференції, 01 лютого 2023 р. Житомир: Поліський національний університет, 2023. С. 58.
19. Енергозберігаючі системи опалення. [Електронний ресурс] - Режим доступу до ресурсу : <http://ecoenergy.dilovamova.com/index.php>
20. Каличева Н. Є., Алексеєнко В.І. Роль інноваційних процесів у забезпеченні конкурентоспроможності промислових підприємств в умовах ринкової економіки. Причорноморські економічні студії. 2019. Вип. 41. С. 41-52.
21. Куліш А.В., Іванова Н.С. Теоретичні аспекти прийняття управлінських рішень. International scientific e-journal Logos. Online. №14 (October, 2020). URL : <https://www.ukrlogos.in.ua/10.11232-2663-4139.14.07.html>.
22. Кучеренко К. В. Фінансова стійкість як чинник та індикатор економічної безпеки промислового підприємства. Економіка. Фінанси. Право. 2019. № 7(2). С. 44-46.
23. Лапкіна І.О. Ресурсно-орієнтований підхід в методології проектного менеджменту/ Проектний та логістичний менеджмент: нові знання на базі двох методологій. Том 1: Монографія / [авт.кол.: С.В. Руденко, І.О. Лапкіна, Т.А. Ковтун, А.В. Бондар, В.Ю. Смирковська та ін.]. Одеса: КУПРІЄНКО СВ, 2018. С. 51-57.
24. Маслова В. О. Каличева Н. Є., Шевченко Р. В. Підвищення ефективності діяльності підприємств будівельної галузі в сучасних умовах господарювання. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2019. № 68. С. 151-157.
25. Мельник С., Шупрудко Н., Колосовська І., Берест І., Пасічник М. Антикризове управління персоналом у процесі забезпечення економічної безпеки підприємства. Бізнес: теорія і практика, 21(1), 2020. С. 272-281.
26. Механізми та функціонально-структурні інструменти забезпечення конкурентоспроможності національної економіки в умовах сучасних загроз економічної безпеки : монографія / за ред. Т. Г. Васильціва, Р. Л. Лупака. – Львів : Вид-во ННВК “АТБ”, 2019. С. 321-328.

27. Механізми управління розвитком територій: зб. наукових праць у 2 ч. Ч. 1. Житомир: Поліський національний університет, 2023. С. 156.
28. Осташова В.О., Бражник А.С., Сліпокін Ю.С. Стан та перспективи розвитку самоменеджменту управлінського персоналу підприємства // Економічний форум. 2018. № 1. С. 199-205.
29. Панасюк Б. М. Оцінка та шляхи покращення фінансового стану підприємства / Б. М. Панасюк, Ю. В. Шулик // Науковий блог. – 2019. - № 3. – С. 141-148.
30. Петруня Ю. Є., Літовченко Б. В., Пасічник Т. О. та ін. Прийняття управлінських рішень : навчальний посібник. Дніпро : Університет митної справи та фінансів, 2020. С. 276.
31. Пігуль Н.Г. Аналіз фінансової стійкості підприємств України. Приазовський економічний вісник. 2019. – Вип. 1. – С. 186-190.
32. Промислове повітряне опалення. [Електронний ресурс] - Режим доступу до ресурсу : <http://termoeng.com.ua/solutions/promishlennoe-otoplenie-i-vodosnabzhenie/vozdushnoe-otoplenie/promyshlennoe-vozdushnoeotoplenie/>
33. Пустовіт О., Басук Ю. Сутність мотивації персоналу як основа розвитку підприємства // Розвиток методів управління і господарювання на транспорті. 2021. 3(76). – С. 47-63.
34. Рудика В.І., Мамедов І.М. Характеристика рентабельності як показника ефективної діяльності підприємства. Інфраструктура ринку. 2019. Вип. 32. URL: <http://socrates.vsau.org/repository/getfile.php/20955.pdf>
35. Савельєва А.О. Фінансова стійкість підприємства та фактори, що впливають на неї / А.О. Савельєва // Матеріали XLVII науково-технічної конференції підрозділів ВНТУ, Вінниця, 14-23 березня 2018 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/all-fm/all-fm-2018/paper/view/3806/3169>
36. Скоробогатова Н. Є., Гурін Д. В. Конкурентоспроможність українських підприємств целюлозно-паперової промисловості в умовах Індустрії 4.0 //

- Ефективна економіка. – 2018. – 12. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12\\_2018/204.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2018/204.pdf).
37. Стан та потреби бізнесу в умовах війни: результати опитування. URL: <https://cid.center/the-state-and-needs-of-business-in-wartime-survey-results/>
38. Стратегія та засоби конвергенції системи соціальної безпеки України та ЄС у процесі євроінтеграції : монографія / за ред. Т. Г. Васильціва, Р. Л. Лупака. – Львів : Вид-во ННВК “АТБ”, 2018. – С. 33-41.
39. Студентські наукові читання – 2023: Збірник наукових праць Науково-практичної конференції «Студентські наукові читання – 2023» за результатами I туру Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт. Житомир: Поліський національний університет, 2023. С. 20.
40. Токарев О.М., Гук О.В. Фінансова стійкість підприємств як передумова його інноваційного розвитку / О.М. Токарев, О.В. Гук // Сучасні підходи до управління підприємством: збірник наукових праць. – Київ, 2018. С. 284-291.
41. Фінансовий аналіз / Ткаченко І. П. Кам'янське // консп. лек. для студ. усіх форм навч. – 2018. С. 187-191. [Електронний ресурс] Режим доступу : <http://www.dstu.dp.ua/Portal/Data/7/36/7-36-k192.pdf>.
42. Фінансовий стан підприємства та методика його оцінки / О. О. Яцук, Н. Ю. Захарова // Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління. – 2018. – № 3. – С. 173-180. [Електронний ресурс] Режим доступу: [http://econ.vernadskyjournals.in.ua/journals/2018/29\\_68\\_3/35.pdf](http://econ.vernadskyjournals.in.ua/journals/2018/29_68_3/35.pdf)
43. Франчук В., Омельчук О., Мельник С., Кельман М., Микитюк О. Ідентифікація шляхів протидії загрозам фінансовій безпеці високотехнологічних підприємств. Бізнес: теорія і практика, 21(1), 2020. С. 1-9.
44. Цибульська Е. І. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посіб. для студентів, які навчаються за спец. 051 – Економіка. Харків : Вид-во НУА, 2018. С. 58-72.
45. Чайка Т. Ю. Розрахунок коефіцієнтів ліквідності за балансом, урахування фінансових і виробничих особливостей підприємства під час здійснення



коефіцієнтного аналізу ліквідності / Т. Ю. Чайка, С. Є. Лошакова, Я. С. Водоріз // Економіка і суспільство. – 2018. - №15. – С. 900-908.

46. Шинкарук Л.В., Деліні М.М., Геращенко В.О. Проблема прийняття ефективних стратегічних рішень в сучасних умовах функціонування підприємництва. Збірник наукових праць Донецького державного університету управління. Серія: «Економіка». Т. XX, вип. 314. Маріуполь, Дон. ДУУ, 2019. С. 71-80.

47. Шира Т., Штиров О., Корчинський І., Зеркаль А., Скорик Г. Забезпечення стратегії корпоративної безпеки в системі управління підприємством. Бізнес: теорія і практика, 21(2), 2020. С. 737-745.