

18  
06.06.2025

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»**

**ФАКУЛЬТЕТ БІЗНЕСУ ТА СФЕРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ**

**КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ, БІЗНЕСУ ТА МАРКЕТИНГОВИХ  
ТЕХНОЛОГІЙ**



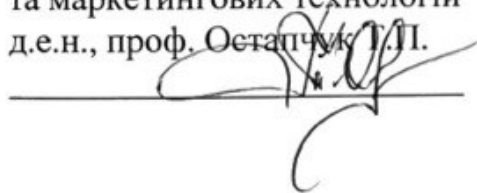
**КОСТЮК Олена Романівна**  
(здобувач вищої освіти групи ПВ-7)

**БАКАЛАВРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

**КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА ТА  
МЕХАНІЗМИ ЇЇ ПІДТРИМКИ**

(представлена на здобуття освітнього ступеня «бакалавр»  
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»  
спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»)

Допущено до захисту  
зав. кафедри менеджменту, бізнесу  
та маркетингових технологій  
д.е.н., проф. Остапчук Г.П.

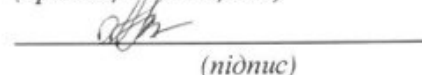


Керівник роботи:  
к.е.н., доц. Бужимська К.О.  
(прізвище та ініціали)



(підпис)

Рецензент  
к.е.н., доц. Ткачук Г.Ю.  
(прізвище та ініціали)



(підпис)

### **Анотація**

Костюк О.Р. Конкурентоспроможність продукції підприємства та механізми її підтримки на підприємстві. Рукопис.

Бакалаврська кваліфікаційна робота представлена на здобуття освітнього ступеня «бакалавр», галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». Державний університет «Житомирська політехніка», Житомир, 2025.

У бакалаврській кваліфікаційній роботі розглянуто особливості забезпечення конкурентоспроможності продукції підприємства, а також механізми її підтримки на підприємстві та визначено напрями удосконалення відповідного процесу.

**Ключові слова:** конкурентоспроможність, конкурентоспроможність продукції, механізм підтримки, управління конкурентоспроможністю продукції.

### **Annotation**

Kostyuk O.R. Competitiveness of enterprise products and mechanisms of its support at the enterprise. Manuscript.

The bachelor's qualification work is submitted for the Bachelor's degree, field of knowledge 07 «Management and administration» of specialty 076 «Entrepreneurship, trade and stock exchange activity». Zhytomyr Polytechnic State University, Zhytomyr, 2025.

The bachelor's qualification work considers the features of ensuring the competitiveness of enterprise products, as well as mechanisms for its support at the enterprise and identifies areas for improving the relevant process.

**Keywords:** competitiveness, competitiveness of products, support mechanism, management of competitiveness of products.

## ЗМІСТ

|                                                                                                                                          |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <i>Вступ</i> .....                                                                                                                       | 4  |
| <i>Розділ 1. Теоретичні основи управління конкурентоспроможністю продукції підприємства</i> .....                                        | 7  |
| 1.1. Поняття та значення конкурентоспроможності продукції підприємства .....                                                             | 7  |
| 1.2. Система управління конкурентоспроможністю продукції підприємства .....                                                              | 15 |
| 1.3. Фактори впливу на конкурентоспроможність продукції підприємства та методи її оцінки .....                                           | 23 |
| 1.4. Нормативно-правове та інформаційне забезпечення системи управління конкурентоспроможністю продукції підприємства .....              | 33 |
| Висновки до розділу 1 .....                                                                                                              | 39 |
| <i>Розділ 2. Аналітична оцінка стану та напрями удосконалення управління конкурентоспроможністю продукції ДП «Ритм» ТОВ «Рост»</i> ..... | 41 |
| 2.1. Організаційно-економічний аналіз підприємства .....                                                                                 | 48 |
| 2.2. Діагностика фінансово-економічного стану підприємства .....                                                                         | 48 |
| 2.3. Оцінка конкурентоспроможності продукції підприємства .....                                                                          | 56 |
| 2.4. Напрями підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства .....                                                              | 65 |
| Висновки до розділу 2 .....                                                                                                              | 74 |
| <i>Висновки</i> .....                                                                                                                    | 76 |
| <i>Список використаних джерел</i> .....                                                                                                  | 79 |
| <i>Додатки</i> .....                                                                                                                     | 86 |

## ВСТУП

*Актуальність теми дослідження.* У сучасних умовах динамічного розвитку ринку та загострення конкурентної боротьби проблема забезпечення конкурентоспроможності продукції підприємства набуває особливої актуальності. Конкурентоспроможність продукції - це здатність товару витримувати конкуренцію на ринку, задовольняти потреби споживачів краще, ніж продукція інших виробників. Вона є важливим показником ефективності функціонування підприємства, його здатності займати стійке становище на ринку та забезпечувати прибуткову діяльність. Формування конкурентних переваг вимагає від підприємств постійного вдосконалення якості продукції, розширення асортименту, впровадження інновацій, зниження витрат і активного просування на ринок.

Конкурентоспроможність не є сталою величиною - вона змінюється під впливом внутрішніх і зовнішніх чинників, тому потребує постійного моніторингу та адаптації стратегії підприємства. Успішні компанії використовують різні механізми підтримки конкурентоспроможності: маркетингові стратегії, модернізацію виробництва, оптимізацію логістики, підвищення кваліфікації персоналу тощо. Зростання ролі споживача в умовах ринкової економіки робить акцент на якості обслуговування та репутації бренду. Тому особливої ваги набуває системний підхід до управління конкурентоспроможністю продукції як частини загальної стратегії підприємства.

Підприємства, які своєчасно реагують на зміни ринкової кон'юнктури та впроваджують дієві інструменти конкурентної боротьби, отримують значні переваги у вигляді стабільних позицій та фінансових результатів. Водночас недооцінка необхідності підтримки конкурентоспроможності може призвести до втрати частки ринку та зниження прибутковості. Особливої уваги потребують галузі з високим рівнем конкуренції, де навіть незначні переваги продукції можуть стати вирішальними для покупця.

У зв'язку з цим важливо не лише формувати конкурентоспроможну

продукцію, а й впроваджувати ефективні механізми її підтримки. Саме комплекс заходів, спрямованих на удосконалення внутрішніх процесів та зовнішнього позиціонування, дозволяє досягти стабільного успіху. Вивчення механізмів підтримки конкурентоспроможності дає змогу розробити обґрунтовані рішення щодо підвищення ефективності господарської діяльності.

Дослідженням теоретичних та практичних аспектів конкуренції та конкурентоспроможності продукції підприємств займаються Я. Базилук, В. Блонська, З. Варналій, В. Геєць, Я. Жаліло, А. Загородній, С. Клименко, Ф. Котлер, М. Портер, М. Саєнко, Р. Фатхудінов, М. Юдін та інші вітчизняні та зарубіжні вчені. Попри чималу кількість напрацювань у цій сфері, низка актуальних завдань формування механізмів підтримки конкурентоспроможності продукції підприємства не розв'язана.

Зазначене обумовило вибір теми, постановку мети та завдань бакалаврської кваліфікаційної роботи. Обрана тема повністю відповідає проблемам напряму підготовки за спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність».

**Метою** бакалаврської кваліфікаційної роботи є узагальнення та подальший розвиток теоретико-методичних засад формування механізмів підтримки конкурентоспроможності продукції підприємства ДП «Ритм» ТОВ «Рост».

Поставлена мета обумовила вирішення наступних **завдань**:

- визначити поняття та значення конкурентоспроможності продукції підприємства;
- дослідити систему управління конкурентоспроможністю продукції підприємства;
- обґрунтувати фактори впливу на конкурентоспроможність продукції підприємства та методи її оцінки;
- проаналізувати нормативно-правове та інформаційне забезпечення системи управління конкурентоспроможністю продукції підприємства;
- провести організаційно-управлінський аналіз підприємства;
- провести діагностику фінансово-економічного стану підприємства;

- здійснити оцінку конкурентоспроможності продукції підприємства;
- обґрунтувати напрями підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства.

**Об’єктом** дослідження у бакалаврській кваліфікаційній роботі виступає процес формування механізмів підтримки конкурентоспроможності продукції підприємства, **предметом** – теоретичні, методичні та прикладні засади формування механізмів підтримки конкурентоспроможності продукції підприємства.

**Методи дослідження.** Методологічною і теоретичною основою дослідження є принципи діалектичної логіки, системний підхід, методи порівняльного та ситуаційного аналізу та синтезу, методи фінансового, статистичного аналізу, метод абстрактно-логічної оцінки, експертні оцінки, а також спеціальні наукові методи - графічний, табличний, статистичний та інші.

**Інформаційною базою** дослідження стали: наукова та навчальна література з проблем теорії і практики управління конкурентоспроможністю продукції підприємств, стратегічного управління підвищенням конкурентоспроможності, розвитку конкурентного потенціалу підприємства, а також нормативно-правові акти України та статистичні дані.

**Практичне значення одержаних результатів** полягає у обґрунтуванні комплексу заходів, необхідних для удосконалення підтримки конкурентоспроможності продукції підприємства ДП «Ритм» ТОВ «Рост». Визначено економічний ефект від реалізації запропонованих заходів.

**Структура та обсяг бакалаврської кваліфікаційної роботи.** Бакалаврська кваліфікаційна робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних літературних джерел, додатків. Основний зміст роботи викладено на 85 сторінках друкованого тексту. Робота містить 30 таблиць та 11 рисунків. Список використаних джерел налічує 78 найменувань. Робота містить 3 додатки.

# **РОЗДІЛ 1**

## **ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ**

### **КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА**

#### **1.1. Поняття та значення конкурентоспроможності продукції підприємства**

У сучасних умовах динамічного розвитку ринку та загострення конкурентної боротьби формування і розвиток конкурентоспроможності продукції є ключовою передумовою успішної діяльності будь-якого підприємства. Зростаючі вимоги споживачів, швидкі темпи технологічних змін та глобалізація ринків зумовлюють потребу у постійному вдосконаленні товарів і послуг. Конкурентоспроможна продукція дозволяє підприємству не лише утримувати наявні позиції, але й розширювати частку на ринку. Вона забезпечує підвищення прибутковості, стійке зростання обсягів продажу та зміцнення ділової репутації. Без належного рівня конкурентоспроможності неможливо ефективно реагувати на виклики зовнішнього середовища [7].

Особливої значущості набуває питання формування унікальних споживчих властивостей продукції, що відповідають сучасним стандартам якості. Важливо також враховувати інноваційні підходи до виробництва, маркетингу та логістики. Розвиток конкурентоспроможності потребує системного підходу, що охоплює стратегічне планування, аналіз ринку та управління ресурсами. Для цього підприємствам необхідно впроваджувати сучасні технології, оптимізувати витрати та постійно вдосконалювати продукцію. Таким чином, конкурентоспроможність продукції є основою довгострокової стабільності та розвитку підприємства в умовах жорсткої ринкової конкуренції [11].

Поняття «конкурентоспроможність» має глибоке історичне коріння та пройшло складний еволюційний шлях становлення. Його витоки можна простежити ще в економічних теоріях XVIII–XIX століть, зокрема в працях Адама Сміта та Девіда Рікардо, які аналізували природу конкуренції та переваг

у міжнародній торгівлі. У цей період акцент робився на факторних перевагах, таких як наявність ресурсів або географічне розташування. У подальшому, з розвитком індустріального суспільства, увага почала зосереджуватися на ефективності виробництва та технологічному прогресі. Наприкінці XIX – на початку XX століття конкуренція стала ключовим об'єктом досліджень економістів-теоретиків, зокрема Альфреда Маршалла та Йозефа Шумпетера, який ввів поняття «творчої руйнації» як рушія конкурентоспроможності [3; 29].

У другій половині XX століття поняття «конкурентоспроможність» почали використовувати не лише стосовно товару чи підприємства, а й у межах національної економіки. Особливу увагу цьому питанню приділили в межах досліджень М. Портера, який запропонував модель «діаманта конкурентоспроможності». У цей час сформувалася ідея про багатофакторність конкурентних переваг [15]. Конкурентоспроможність почали розглядати як здатність адаптуватися до змін зовнішнього середовища, впроваджувати інновації та забезпечувати стійкий розвиток. Сьогодні це поняття охоплює економічні, організаційні, технологічні та соціальні аспекти діяльності суб'єктів ринку.

Отже, поняття «конкурентоспроможність» можна розглядати як [4; 30]:

- комплексну характеристику суб'єкта господарювання, яка відображає його здатність ефективно функціонувати в умовах ринку, забезпечуючи стабільні позиції серед конкурентів;
- здатність продукції, підприємства або країни витримувати конкуренцію за рахунок високої якості, прийнятної ціни, інноваційності, сервісу та інших ключових переваг;
- економічну категорію, що охоплює результативність використання ресурсів, рівень витрат, прибутковість, продуктивність праці та інші показники ефективності;
- динамічну характеристику, яка постійно змінюється під впливом внутрішніх і зовнішніх факторів, включаючи технологічний розвиток, зміни споживчого попиту, державну політику тощо;

- інструмент стратегічного управління, який дозволяє підприємству адаптуватися до ринкових умов, формувати конкурентні переваги та забезпечувати довгострокову стійкість.

Узагальнюючи, можна стверджувати, що «конкурентоспроможність» – це здатність до ефективної діяльності в умовах конкурентного середовища, що базується на оптимальному поєднанні ресурсів, якості, інновацій та ринкової орієнтації [62].

Зміст поняття «конкурентоспроможність підприємства» можна представити у вигляді схеми, наведеної на рис. 1.1.

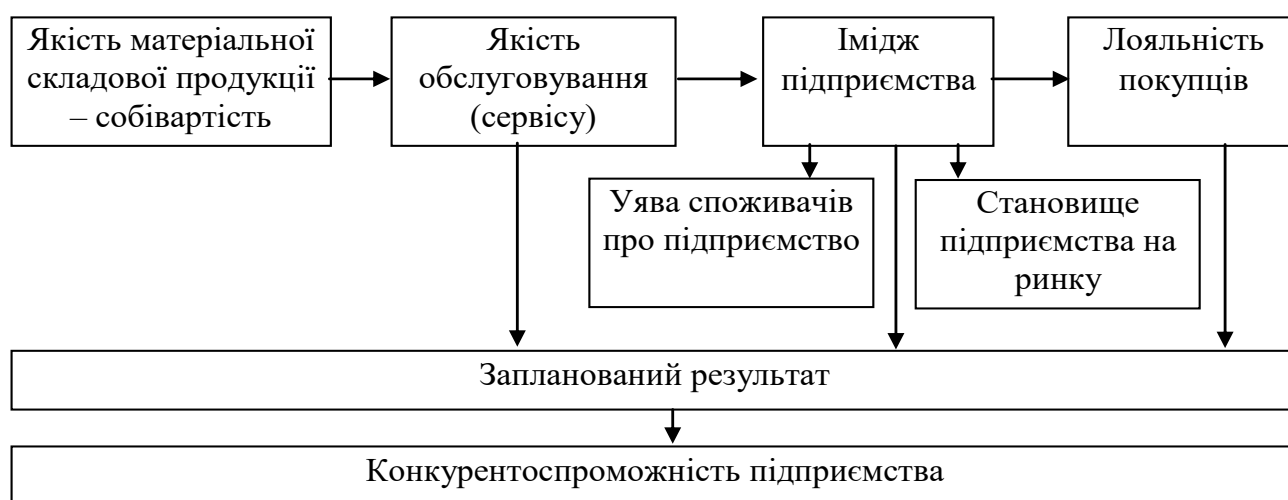


Рис. 1.1. Зміст поняття «конкурентоспроможність підприємства»

*Джерело: складено автором на основі [5; 7; 28]*

У сучасних умовах ринкової економіки конкурентоспроможність продукції виступає ключовим чинником успіху підприємства. Саме продукція є безпосереднім об'єктом вибору споживача, тому її якість, ціна, дизайн та функціональні властивості мають вирішальне значення. На відміну від загального поняття конкурентоспроможності підприємства, конкурентоспроможність продукції потребує окремого розгляду, оскільки вона безпосередньо впливає на обсяги продажів і прибуток. Її оцінка дозволяє виявити сильні та слабкі сторони товару на ринку. Окреме дослідження цього поняття є необхідним для формування ефективної стратегії розвитку та підвищення ринкових позицій підприємства.

На підтвердження вищенаведеного слід зазначити, що в процесі формування конкурентоспроможності підприємства виділяють дві групи факторів: внутрішні та зовнішні. Саме основою внутрішніх факторів впливу на загальну конкурентоспроможність підприємства є конкурентоспроможність його продукції (рис. 1.2).

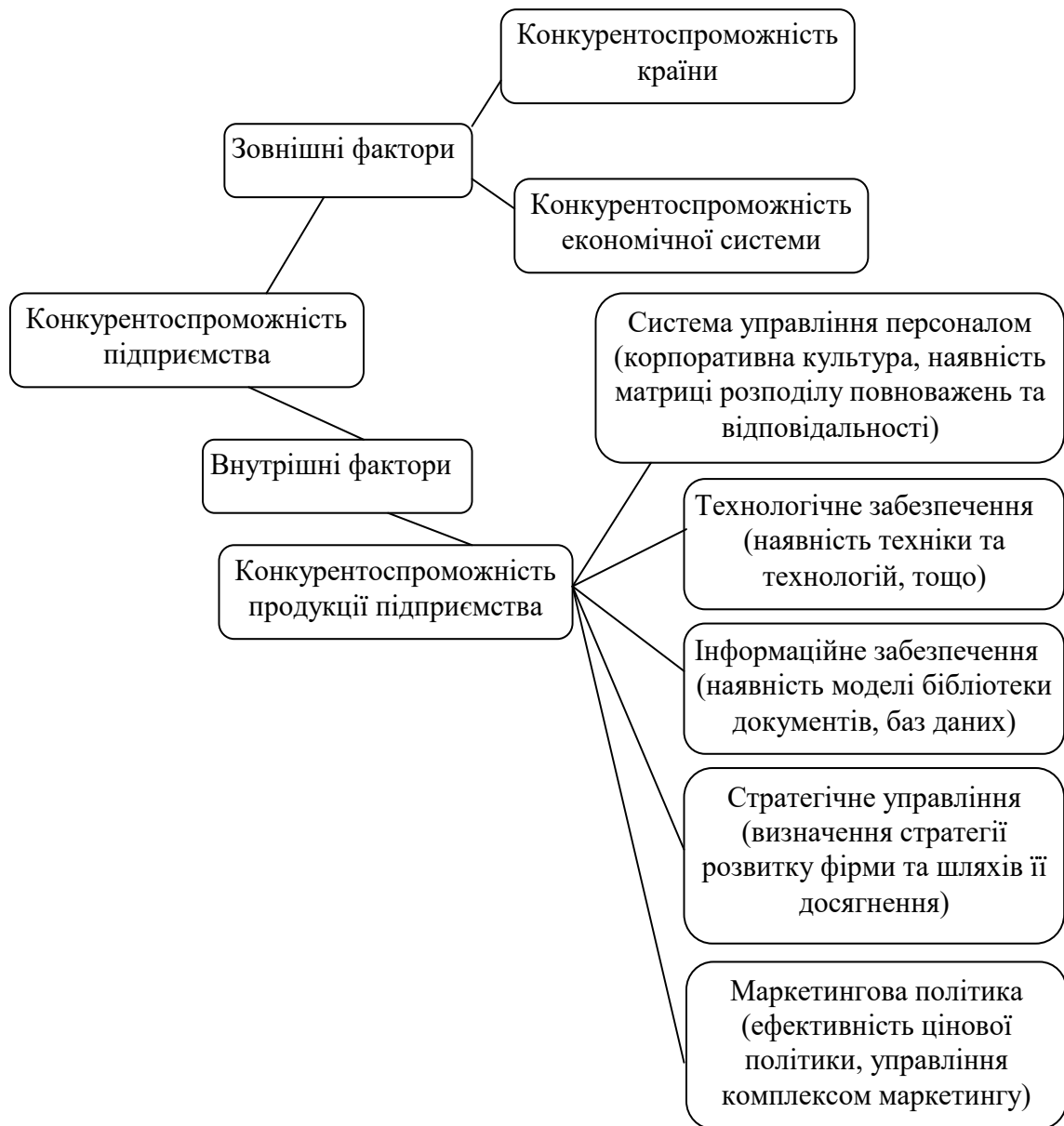


Рис. 1.2. Фактори формування конкурентоспроможності підприємства

Джерело: складено автором на основі [12; 23; 74]

Поняття конкурентоспроможності продукції є одним із ключових у сучасній економічній науці, проте його трактування залишається досить неоднозначним. Різні науковці підходять до визначення цього терміна з власних теоретичних

позицій та практичного досвіду. Одні дослідники акцентують увагу на якісних характеристиках продукції, інші - на її здатності забезпечувати стабільний попит на ринку. Деякі вчені розглядають конкурентоспроможність як результат впровадження інновацій або ефективного маркетингу. Інші вбачають у ній сукупність економічних, технічних та споживчих показників товару. Через це в науковій літературі сформувалося кілька підходів до тлумачення цього поняття. Така різноманітність поглядів свідчить про складність і багатогранність категорії конкурентоспроможності продукції [43; 55; 77].

Наукові дефініції визначення поняття «конкурентоспроможність продукції» представлено у табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Наукові дефініції визначення поняття «конкурентоспроможність продукції»

| Автор                 | Визначення                                                                                                                                                |
|-----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Батрак М.О. [4]       | Здатність продукції забезпечувати переваги на ринку за рахунок унікальної цінності для споживача, яка формується через якість, інновації чи ефективність. |
| Башук Г.О. [5]        | Здатність товару бути привабливішим для покупця порівняно з аналогами за ціною, якістю, терміном служби та умовами обслуговування.                        |
| Білецький Е.В. [7]    | Властивість продукції, яка забезпечує її стійкий попит на ринку в умовах конкурентного середовища.                                                        |
| Загорянська О.Л. [26] | Система показників, що характеризують рівень задоволення потреб споживача при оптимальному співвідношенні «ціна – якість».                                |
| Карпюк В.П. [29]      | Комплексна характеристика товару, яка відображає його здатність відповідати вимогам ринку та переважати конкурентів за ключовими споживчими параметрами.  |
| Кутін А.А. [32]       | Сукупність властивостей товару, що визначають його перевагу на ринку за умови задоволення потреб споживача.                                               |
| Македон В.В. [33]     | Здатність забезпечити споживачеві вищу цінність порівняно з конкурентами.                                                                                 |
| Процюк Н.Ю. [55]      | Міра привабливості товару для споживача у конкретних умовах ринку, що визначається набором споживчих та економічних характеристик.                        |
| Рибчук А.В. [56]      | Інтегральний показник, який враховує якість, ціну, новизну продукції, а також сервісне обслуговування.                                                    |
| Серединська В.М. [58] | Рівень відповідності продукції вимогам ринку, що дозволяє підприємству утримувати або збільшувати частку на ринку.                                        |
| Юдін М.А. [77]        | Показник успішності товару в конкурентному середовищі, що залежить від його споживчої цінності та витрат, пов'язаних із придбанням і використанням.       |

*Джерело: складено автором*

За результатами проведеного дослідження вважаємо, що

«конкурентоспроможність продукції» - це інтегральна характеристика товару, що визначає його здатність ефективно задовольняти потреби споживачів краще, ніж аналогічна продукція конкурентів, за рахунок оптимального поєднання якості, ціни, інноваційності, дизайну, сервісного обслуговування та інших споживчих переваг, які забезпечують стійкий попит на ринку в коротко- та довгостроковій перспективі.

Отже, конкурентоспроможність продукції являє собою [37; 43; 56]:

- здатність товару задовольняти потреби споживача краще, ніж аналогічна продукція конкурентів, з урахуванням співвідношення ціни та якості;
- комплексну характеристику товару, яка включає технічні, економічні, естетичні, ергономічні, екологічні та експлуатаційні показники;
- ключовий чинник забезпечення стійкого попиту на ринку, що впливає на прибутковість підприємства та його ринкову частку;
- інструмент досягнення стратегічних переваг, що дозволяє підприємству адаптуватися до змін у ринковому середовищі та забезпечувати стабільний розвиток;
- результат ефективного управління якістю, інноваціями та маркетингом, що формує позитивне сприйняття товару серед споживачів.

Можна стверджувати, що конкурентоспроможність продукції – це інтегральна оцінка її здатності ефективно конкурувати на ринку, задовольняючи запити споживачів і створюючи додаткову цінність у порівнянні з товарами інших виробників.

Високий рівень конкурентоспроможності продукції є ключовим чинником успішного розвитку будь-якого підприємства. Саме завдяки їй компанія здатна утримувати стабільні позиції на ринку, залучати нових споживачів і підвищувати лояльність існуючих клієнтів. Конкурентоспроможна продукція забезпечує збільшення обсягів продажів і, відповідно, зростання прибутковості підприємства. Тому постійне вдосконалення якості та інноваційний розвиток товарів є важливою умовою забезпечення сталого розвитку бізнесу [15].

Значення конкурентоспроможності продукції для розвитку підприємства на

ринку узагальнено на рис. 1.3.

| Значення конкурентоспроможності продукції для розвитку підприємства на ринку |                                                                                                                                                                                    |
|------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| →                                                                            | 1. Збільшення частки ринку. Конкурентоспроможна продукція дозволяє підприємству завойовувати нових клієнтів і утримувати існуючих, що сприяє розширенню ринкової частки.           |
| →                                                                            | 2. Підвищення прибутковості. Висока конкурентоспроможність сприяє зростанню обсягів продажів і покращенню фінансових показників, що забезпечує стабільний прибуток.                |
| →                                                                            | 3. Зміцнення бренду. Якісний і затребуваний товар підвищує довіру споживачів до бренду, формує позитивний імідж та лояльність клієнтів.                                            |
| →                                                                            | 4. Стимулювання інновацій. Конкурентний тиск спонукає підприємство впроваджувати нові технології, вдосконалювати продукцію і процеси виробництва.                                  |
| →                                                                            | 5. Покращення ефективності виробництва. Для підтримки конкурентоспроможності підприємство оптимізує ресурси, знижує витрати і підвищує якість продукції.                           |
| →                                                                            | 6. Забезпечення довгострокової стійкості. Конкурентоспроможність дозволяє підприємству адаптуватися до змін ринкового середовища і зберігати позиції в умовах нестабільності.      |
| →                                                                            | 7. Розширення можливостей для експорту. Якісна конкурентоспроможна продукція відкриває доступ до нових зарубіжних ринків, сприяє міжнародному зростанню та диверсифікації бізнесу. |

Рис. 1.3. Значення конкурентоспроможності продукції для розвитку підприємства на ринку

*Джерело: складено автором на основі [4; 24; 33]*

Визначені параметри підкреслюють важливість формування і підтримки високої конкурентоспроможності продукції для успішного розвитку підприємства в сучасних умовах ринку.

Можна виділити чотири основні типи суб'єктів, які здійснюють оцінку конкурентоспроможності продукції [15; 39]:

1. Споживачі. Вони оцінюють продукцію з позицій якості, ціни, дизайну, функціональності, бренду, рівня сервісу, доступності та інших споживчих властивостей. Їхня оцінка є визначальною, адже саме вони приймають остаточне рішення про купівлю, тим самим впливаючи на реальний попит і ринкову позицію товару.

2. Виробники (підприємства). Оцінюють конкурентоспроможність продукції з точки зору її здатності забезпечити прибутковість, збільшення частки ринку, лояльність клієнтів та ефективність виробництва. Для них важливими є показники витрат, рівень рентабельності, інноваційність і технологічність продукції.

3. Інвестори. Розглядають продукцію як об'єкт вкладення капіталу. Для них конкурентоспроможність продукції сигналізує про перспективність бізнесу, стабільність прибутків, рівень ризиків та потенціал розвитку. Вони орієнтуються на аналітичні показники, динаміку продажів і конкурентні переваги товару на ринку.

4. Держава. Оцінює конкурентоспроможність продукції з позицій стратегічної важливості, експортного потенціалу, відповідності національним стандартам, екологічним вимогам і сприянню економічному зростанню. Її інтереси охоплюють також забезпечення зайнятості, розвитку вітчизняних виробників і підтримки інновацій.

Кожен із зазначених суб'єктів здійснює оцінку з власної позиції та на основі різних критеріїв, що робить поняття конкурентоспроможності багатовимірним і складним для уніфікованого вимірювання [39].

Таким чином, конкурентоспроможність продукції є одним із найважливіших факторів успішного функціонування та розвитку підприємства. Вона відображає здатність товару задовольняти потреби споживачів краще за продукцію конкурентів, що безпосередньо впливає на попит і фінансові результати компанії. Висока конкурентоспроможність забезпечує підприємству можливість розширювати ринкову частку, підвищувати прибутковість і зміцнювати власний бренд. Формування конкурентоспроможної продукції вимагає постійного вдосконалення якості, впровадження інновацій та ефективного управління ресурсами. Отже, цілісне розуміння та активне управління конкурентоспроможністю продукції є ключовими для довгострокового успіху бізнесу.

## **1.2. Система управління конкурентоспроможністю продукції підприємства**

Управління конкурентоспроможністю продукції підприємства є надзвичайно важливим напрямом діяльності у сучасних умовах жорсткої ринкової конкуренції. Від рівня конкурентоспроможності залежить не лише успішність окремих товарів, а й загальна ефективність підприємства на ринку. Сучасний споживач все більше орієнтується на якість, інноваційність та співвідношення «ціна-якість», що робить управління цими факторами необхідністю. Ефективне управління конкурентоспроможністю дозволяє своєчасно реагувати на зміни ринкових вимог та адаптувати продукцію під нові потреби клієнтів. Крім того, воно сприяє оптимізації виробничих процесів і підвищенню рентабельності підприємства [55].

Без належного управління підприємство ризикує втратити позиції серед конкурентів і знизити рівень продажів. Управління конкурентоспроможністю також допомагає формувати стратегії розвитку і розширення ринку збуту. Важливим аспектом є постійний аналіз ринку, конкурентів і внутрішніх можливостей підприємства. Системний підхід до управління забезпечує підтримання високої якості продукції та її відповідність вимогам споживачів. Отже, ефективне управління конкурентоспроможністю продукції є запорукою стабільного зростання та довгострокового успіху підприємства.

Система управління конкурентоспроможністю продукції підприємства - це сукупність взаємопов'язаних організаційних, технологічних та управлінських заходів, спрямованих на забезпечення та підвищення здатності продукції задовольняти потреби споживачів краще за товари конкурентів. Вона включає планування, аналіз ринку, розробку та вдосконалення продукції, контроль якості, маркетингові стратегії, а також моніторинг результатів і коригування дій для підтримання конкурентних переваг підприємства. Така система дозволяє оперативно реагувати на зміни зовнішнього середовища, впроваджувати інновації та ефективно розподіляти ресурси задля сталого розвитку і підвищення

ринкової позиції підприємства [45].

Цілі формування ефективної системи управління конкурентоспроможністю продукції підприємства включають [43; 64]:

1. Підвищення якості продукції. Забезпечення відповідності продукції сучасним стандартам і вимогам споживачів для збільшення її привабливості на ринку.

2. Оптимізація виробничих процесів. Підвищення ефективності виробництва, зниження собівартості та раціональне використання ресурсів для забезпечення конкурентних цін.

3. Інноваційний розвиток продукції. Впровадження нових технологій, удосконалення дизайну та функціональних характеристик товарів для задоволення змінних потреб ринку.

4. Аналіз і моніторинг ринку. Постійне вивчення ринкової кон'юнктури, дій конкурентів і запитів споживачів для своєчасного прийняття управлінських рішень.

5. Формування та підтримка позитивного іміджу бренду. Забезпечення високої довіри споживачів і лояльності до продукції підприємства.

6. Забезпечення стабільного зростання підприємства. Створення умов для збільшення частки ринку, прибутковості та довгострокової конкурентоспроможності.

7. Адаптація до змін зовнішнього середовища. Гнучке реагування на економічні, технологічні та соціальні зміни, що впливають на ринок і конкурентне середовище.

Визначені цілі спрямовані на системне та комплексне управління процесами, які забезпечують формування і підтримку високої конкурентоспроможності продукції підприємства.

Елементи системи управління конкурентоспроможністю продукції підприємства являють собою ключові складові, які забезпечують ефективне планування, організацію, контроль та регулювання процесів, спрямованих на підвищення конкурентних переваг продукції [75].

Елементи системи управління конкурентоспроможністю продукції підприємства представлено у табл. 1.2.

Таблиця 1.2

Елементи системи управління конкурентоспроможністю продукції  
підприємства

| Елемент системи                               | Характеристика                                                                                                                                                                                |
|-----------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Аналіз ринку і конкурентного середовища       | Передбачає збір та оцінку інформації про потреби споживачів, дії конкурентів і ринкові тенденції. Це дозволяє своєчасно виявляти загрози та можливості для підвищення конкурентоспроможності. |
| Планування конкурентної стратегії             | Включає визначення цілей і напрямів діяльності для зміцнення позицій продукції на ринку. Планування допомагає організувати ресурси та дії підприємства для досягнення конкурентних переваг.   |
| Розробка і вдосконалення продукції            | Охоплює створення нових або модернізацію існуючих товарів з урахуванням інновацій та потреб споживачів. Це сприяє підвищенню якості та привабливості продукції на ринку.                      |
| Управління якістю продукції                   | Включає встановлення стандартів якості та контроль відповідності продукції встановленим вимогам. Постійне вдосконалення процесів виробництва забезпечує стабільну якість товарів.             |
| Маркетингове забезпечення                     | Передбачає розробку та реалізацію заходів щодо просування продукції і формування попиту. Важливим є також управління іміджем бренду та підтримка лояльності клієнтів.                         |
| Оцінка ефективності та моніторинг результатів | Включає систематичний контроль показників конкурентоспроможності та аналіз досягнутих результатів. Це дозволяє коригувати стратегію та оперативно реагувати на зміни ринку.                   |
| Управління ресурсами                          | Забезпечує раціональне використання матеріальних, фінансових, трудових і інформаційних ресурсів. Ефективне управління ресурсами сприяє оптимізації витрат і підвищенню продуктивності.        |

*Джерело: складено автором на основі [15; 26; 29]*

Отже, система управління конкурентоспроможністю продукції підприємства складається з кількох ключових елементів, що взаємодіють для досягнення спільної мети - підвищення ринкової позиції продукції. Вона включає аналіз ринку, планування стратегії, розробку та вдосконалення продукції, управління якістю, маркетингове забезпечення, моніторинг результатів і ефективне використання ресурсів. Кожен з цих елементів відіграє важливу роль у формуванні стійких конкурентних переваг підприємства. Системний підхід дозволяє своєчасно реагувати на зміни ринкової кон'юнктури і підтримувати високий рівень конкурентоспроможності.

Структуру системи управління конкурентоспроможністю продукції підприємства наведено на рис. 1.4.

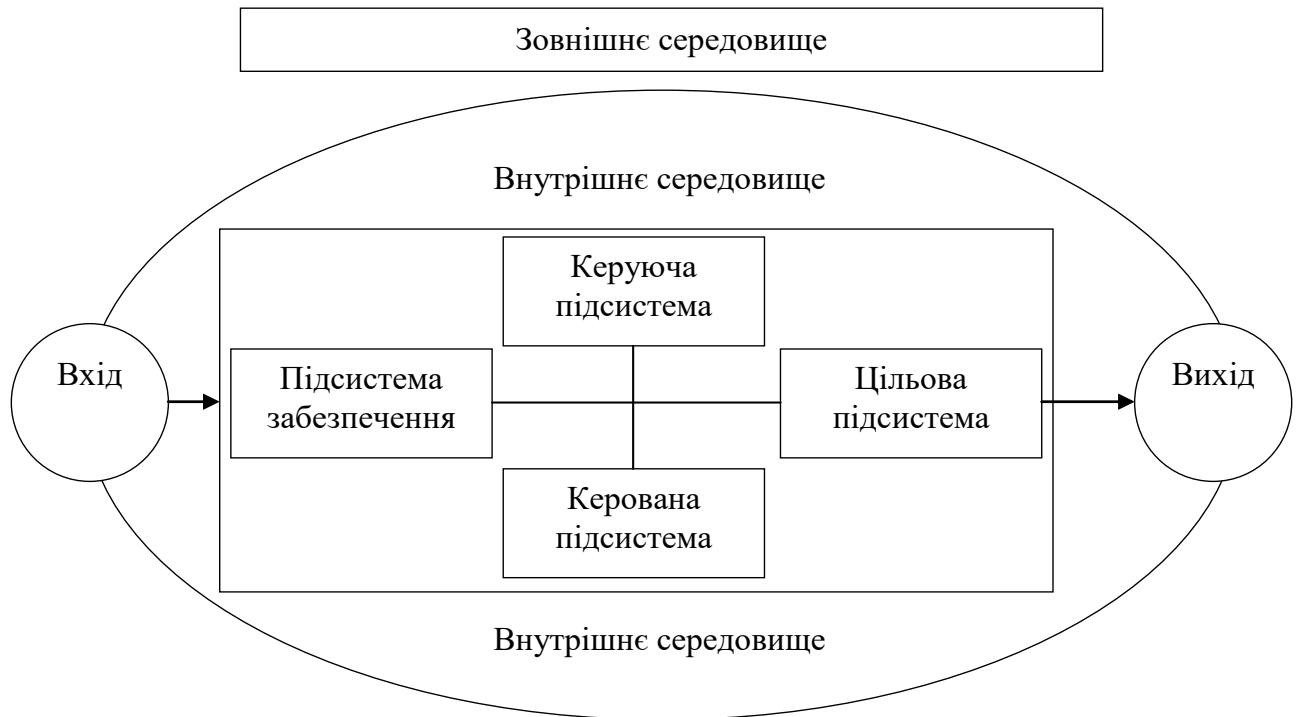


Рис. 1.4. Структура системи управління конкурентоспроможністю продукції підприємства

*Джерело: складено автором на основі [11]*

Структурні складові системи управління конкурентоспроможністю продукції підприємства відображають логіку функціонування та взаємозв'язок основних елементів управлінського процесу. До них належать [11]:

1. Вхід – це сукупність зовнішньої та внутрішньої інформації, яка надходить до системи для подальшого аналізу й обробки. До вхідних даних належать: інформація про ринок, дії конкурентів, потреби споживачів, ресурси підприємства, фінансові показники, інновації, законодавчі вимоги тощо.

2. Керуюча підсистема – представлена суб'єктами управління, зокрема керівництвом підприємства, маркетинговими, стратегічними та аналітичними підрозділами. Вона формує управлінські рішення, розробляє стратегії і координує дії, спрямовані на досягнення високої конкурентоспроможності продукції.

3. Керована підсистема – охоплює об'єкти управління, тобто ті структурні

елементи підприємства, які безпосередньо забезпечують реалізацію управлінських рішень. Це виробничі підрозділи, служби контролю якості, відділи розробки продукції, логістики та збуту.

4. Підсистема забезпечення – включає ресурси та інструменти, що підтримують функціонування системи. До неї належать: інформаційне, технічне, фінансове, кадрове та методичне забезпечення, які створюють необхідні умови для реалізації поставлених завдань.

5. Цільова підсистема – визначає головні цілі та завдання системи управління, зокрема: досягнення високої якості продукції, задоволення споживчого попиту, посилення позицій на ринку, забезпечення стійкого зростання конкурентних переваг.

6. Вихід – це результати функціонування системи, які проявляються у вигляді підвищення рівня конкурентоспроможності продукції, зростання продажів, покращення іміджу підприємства, зміцнення позицій на ринку та збільшення прибутку [11].

Всі структурні складові системи тісно взаємопов'язані і забезпечують цілісне, ефективне управління конкурентоспроможністю продукції підприємства.

Принципи управління конкурентоспроможністю продукції підприємства – це основоположні правила та орієнтири, що визначають логіку, організацію та ефективність дій у системі управління, спрямованої на забезпечення та підвищення конкурентних переваг продукції. Вони формують методологічну базу для ухвалення управлінських рішень і забезпечують цілісність та системність підходів [13; 28].

До основних принципів управління конкурентоспроможністю продукції підприємства відносять ті, що представлено у табл. 1.3.

Дотримання принципів дозволяє підприємству зберігати гнучкість, стратегічно планувати розвиток, орієнтуватися на потреби споживачів і досягати високої економічної результативності. Завдяки цим принципам управління набуває системного, цілеспрямованого та інноваційного характеру.

Таблиця 1.3

## Принципи управління конкурентоспроможністю продукції підприємства

| Принцип                 | Опис                                                                                                                         |
|-------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Системність             | Управління здійснюється як єдина система з взаємопов'язаними елементами – виробництвом, маркетингом, якістю, фінансами тощо. |
| Адаптивність            | Забезпечується гнучке реагування на зміни ринкової ситуації, вимог споживачів та дій конкурентів.                            |
| Стратегічна орієнтація  | Управлінські рішення базуються на довгострокових цілях розвитку продукції та підприємства.                                   |
| Цільова спрямованість   | Усі заходи мають бути зорієнтовані на досягнення конкретних результатів у підвищенні конкурентоспроможності.                 |
| Економічна ефективність | Забезпечується оптимальне співвідношення витрат і результатів, підвищується прибутковість продукції.                         |
| Інноваційність          | Заохочується впровадження нових технологій, покращення продуктів і виробничих процесів.                                      |
| Комплексність           | Враховуються всі внутрішні та зовнішні чинники, що впливають на конкурентоспроможність продукції.                            |

*Джерело: складено автором на основі [18; 31; 37]*

Важливим є формування дієвого механізму управління конкурентоспроможністю продукції підприємства, оскільки саме він забезпечує цілеспрямоване та скоординоване використання внутрішніх ресурсів і зовнішніх можливостей для досягнення конкурентних переваг. Такий механізм охоплює сукупність методів, інструментів, важелів і процедур, які дозволяють аналізувати ринкову ситуацію, визначати рівень конкурентоспроможності продукції, виявляти слабкі місця та розробляти ефективні стратегії. Він сприяє підвищенню якості продукції, раціональному використанню ресурсів, посиленню маркетингової політики та впровадженню інновацій. Дієвий механізм управління є не лише інструментом оперативного реагування на зміни середовища, а й засобом довгострокового забезпечення стабільного розвитку підприємства в умовах жорсткої конкуренції [37].

Елементи механізму управління конкурентоспроможністю продукції підприємства представлено на рис. 1.5.

Зміна одного елемента системи неминуче впливає на інші її складові. Аналіз сучасних підходів до управління конкурентоспроможністю продукції підприємства свідчить, що забезпечити довгострокову конкуренто-

спроможність виробника можливо шляхом цілеспрямованого підвищення його конкурентного рівня. Це досягається через впровадження системи ефективного управління та раціонального використання наявного конкурентного потенціалу підприємства [56].

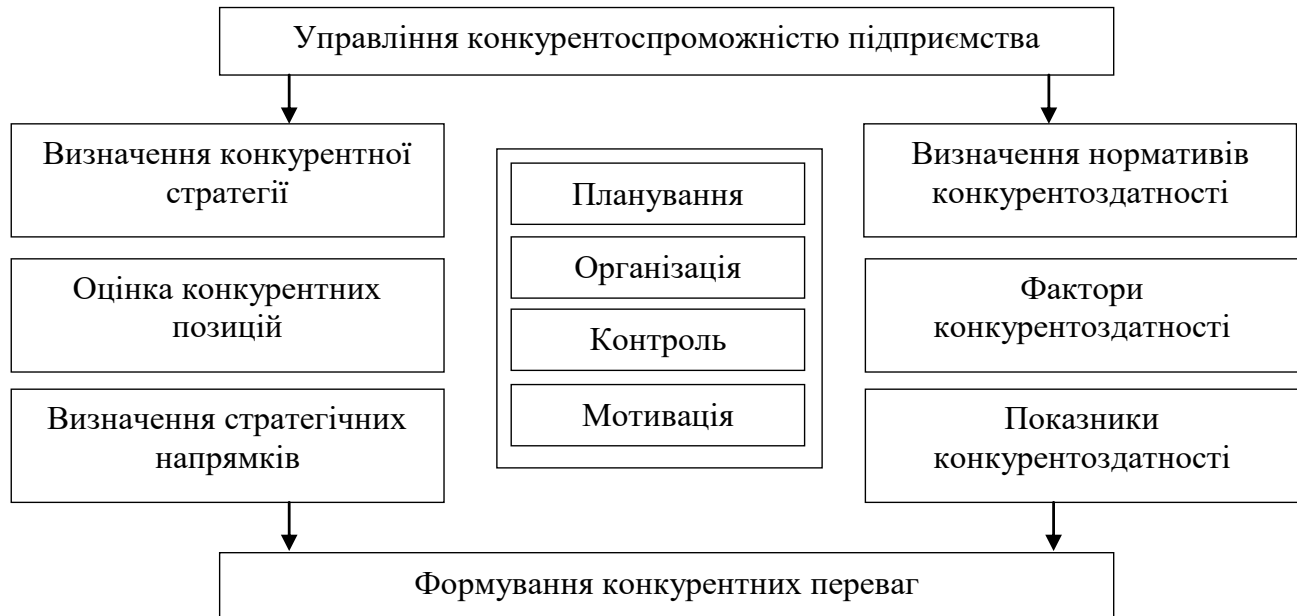


Рис. 1.5. Елементи механізму управління конкурентоспроможністю продукції підприємства

*Джерело: складено автором на основі [43; 59]*

Для підтримання та підвищення конкурентоспроможності продукції особливого значення набуває використання сучасних підходів щодо управління, які дозволяють оперативно реагувати на ринкові виклики, виявляти слабкі місця та формувати ефективні стратегії. Застосування таких підходів забезпечує не лише підвищення якості продукції, але й сприяє оптимізації витрат, покращенню іміджу підприємства, зміцненню позицій на ринку та досягненню сталих конкурентних переваг [73].

Характеристика сучасних підходів до управління конкурентоспроможністю продукції підприємства представлена у табл. 1.4.

Представлені підходи можуть комбінуватися між собою для формування цілісної стратегії управління конкурентоспроможністю продукції підприємства на ринку.

Таблиця 1.4

Характеристика сучасних підходів до управління  
конкурентоспроможністю продукції підприємства

| Підхід                      | Суть та характеристика                                                                                                                                                        |
|-----------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Маркетинговий підхід        | Орієнтується на вивчення ринку, поведінки споживачів та конкурентів. Передбачає адаптацію продукції до потреб цільової аудиторії для забезпечення її привабливості.           |
| Інноваційний підхід         | Ґрунтується на постійному впровадженні нових технологій, матеріалів і продуктів. Сприяє створенню унікальної продукції, що має конкурентні переваги.                          |
| Системний підхід            | Розглядає конкурентоспроможність як результат взаємодії всіх елементів підприємства (виробництво, маркетинг, фінанси, кадри тощо). Забезпечує узгоджене управління процесами. |
| Ресурсний підхід            | Акцентує увагу на ефективному використанні наявних ресурсів (матеріальних, фінансових, трудових, інформаційних) для створення конкурентної продукції.                         |
| Процесний підхід            | Передбачає управління конкурентоспроможністю через оптимізацію всіх бізнес-процесів, спрямованих на створення споживчої цінності.                                             |
| Цільовий підхід             | Зосереджений на досягненні конкретних показників конкурентоспроможності (наприклад, частка ринку, рівень продажів, задоволеність споживачів).                                 |
| Клієнто-орієнтований підхід | Ставить споживача в центр усіх управлінських рішень. Забезпечує довгострокову конкурентоспроможність через максимальне задоволення потреб клієнтів.                           |
| Вартісний підхід            | Оцінює конкурентоспроможність продукції через її здатність створювати споживчу цінність у порівнянні з ціною. Сприяє досягненню оптимального співвідношення "ціна-якість".    |

*Джерело: складено автором на основі [15; 26]*

Таким чином, система управління конкурентоспроможністю продукції підприємства є важливим елементом стратегічного розвитку в умовах ринкової економіки. Вона забезпечує цілеспрямоване формування конкурентних переваг та адаптацію продукції до вимог споживачів і ринкового середовища. Ефективне функціонування такої системи можливе лише за умови комплексного підходу, що охоплює всі етапи створення та просування продукції. Важливими складовими системи є чітко визначені цілі, сучасні інструменти, раціональне використання ресурсів і постійне вдосконалення бізнес-процесів. Застосування принципів системності, гнучкості, орієнтації на споживача та інновацій дозволяє підприємству забезпечити високу якість продукції й утримувати стійкі позиції на ринку.

### **1.3. Фактори впливу на конкурентоспроможність продукції підприємства та методи її оцінки**

В умовах сучасної економіки успішність підприємства значною мірою залежить від рівня конкурентоспроможності його продукції. Конкурентоспроможність формується під впливом численних факторів, які можуть як сприяти, так і обмежувати здатність продукції конкурувати на ринку. Тому для ефективного управління важливо не лише визначати ці фактори, а й системно їх аналізувати та враховувати при прийнятті стратегічних і тактичних рішень. Фактори впливу включають як внутрішні ресурси підприємства, так і зовнішні умови, що формуються ринком, споживачами, конкурентами та законодавчою базою. Ігнорування цих аспектів може призвести до втрати конкурентних позицій і зниження прибутковості. Навпаки, врахування факторів дозволяє оперативно реагувати на зміни, адаптувати продукцію та підвищувати її привабливість для споживачів [10].

Крім того, розуміння впливу факторів сприяє оптимізації виробничих і маркетингових процесів. Це також підвищує гнучкість підприємства у прийнятті рішень та забезпечує довготривалу стабільність на ринку. Врахування факторів є невід'ємною складовою ефективної системи управління конкурентоспроможністю продукції. Отже, комплексний підхід до аналізу і контролю цих факторів є запорукою успішного розвитку підприємства [24].

Фактори впливу на конкурентоспроможність продукції підприємства можна умовно класифікувати на три основні групи: техніко-економічні, комерційні та нормативно-правові (рис. 1.6).

1. Техніко-економічні фактори. Ці фактори пов'язані з характеристиками самої продукції, її якістю, надійністю, функціональністю та інноваційністю. Важливу роль відіграє рівень технологічного оснащення підприємства, що визначає собівартість виробництва та ефективність використання ресурсів. Оптимізація виробничих процесів дозволяє знизити витрати та підвищити рентабельність продукції, що робить її більш привабливою для споживачів. Крім

того, технічні характеристики продукції повинні відповідати або перевищувати стандарти ринку, щоб задовольнити потреби клієнтів. Постійне оновлення і вдосконалення технологій є ключовим елементом для підтримання конкурентних переваг у довгостроковій перспективі.



Рис. 1.6. Класифікація факторів формування конкурентоспроможності продукції підприємства

*Джерело: складено автором на основі [4; 30]*

2. Комерційні фактори. Комерційні фактори включають маркетингові заходи, такі як визначення цільового ринку, просування продукції та формування цінової політики. Важливу роль відіграють умови продажу, рівень сервісу, а також доступність та ефективність каналів збуту. Активна робота з клієнтами, забезпечення їх задоволення і лояльності сприяють підвищенню конкурентоспроможності продукції. Реклама і брендинг допомагають створити позитивний імідж товару і виділити його серед конкурентів. Аналіз поведінки споживачів і гнучкість у реагуванні на зміни попиту дозволяють швидко адаптувати комерційну стратегію підприємства.

3. Нормативно-правові фактори. Ця група факторів пов'язана з

дотриманням законодавчих та регуляторних вимог, які регулюють виробництво, маркування, сертифікацію та безпеку продукції. Відповідність стандартам якості і технічним регламентам є обов'язковою умовою для виходу на внутрішні та зовнішні ринки. Нормативно-правові вимоги також включають екологічні стандарти, які впливають на вибір матеріалів і технологій виробництва. Недотримання цих норм може призвести до штрафів, обмеження продажів або втрати довіри споживачів. Своєчасне реагування на зміни в законодавстві та активна співпраця з контролюючими органами допомагають підприємству підтримувати конкурентоспроможність і уникати ризиків [4].

Комплексне врахування цих трьох груп факторів дає можливість підприємству більш ефективно управляти конкурентоспроможністю продукції та адаптуватися до умов ринкового середовища. Такий підхід дозволяє не лише підвищити якість і привабливість товару, а й мінімізувати ризики, пов'язані з нормативними обмеженнями та змінами на ринку [30].

В основі класифікації чинників має бути впроваджено їх поділ на дві великі групи: зовнішні та внутрішні. Чинники впливу на конкурентоспроможність продукції підприємства представлено на рис. 1.7.

Внутрішні чинники формуються всередині підприємства і безпосередньо залежать від його діяльності. До них належать технологічний рівень виробництва, якість сировини та матеріалів, організація виробничих процесів і кваліфікація персоналу. Внутрішні чинники також охоплюють ефективність управління, інноваційний потенціал та фінансові ресурси підприємства. Від їх оптимального використання залежить здатність підприємства створювати продукцію, що відповідає вимогам ринку і має конкурентні переваги. Постійне вдосконалення внутрішніх процесів сприяє підвищенню якості продукції, зниженню собівартості і поліпшенню сервісу [40].

Зовнішні чинники формуються поза межами підприємства і впливають на його діяльність ззовні. До них належать ринкова кон'юнктура, споживчі вподобання, діяльність конкурентів, політична і економічна стабільність, а також нормативно-правове середовище.



Рис. 1.7. Чинники впливу на конкурентоспроможність продукції підприємства

Джерело: складено автором на основі [40; 55]

Ці чинники визначають загальні умови функціонування підприємства, вимоги до продукції та можливості для збуту. Зміни в зовнішньому середовищі можуть як створювати нові можливості, так і загрожувати існуючим конкурентним позиціям. Врахування зовнішніх чинників у стратегії підприємства є необхідною умовою для адаптації до мінливих умов ринку і забезпечення сталого розвитку.

Оцінювання рівня конкурентоспроможності продукції є ключовим етапом у процесі забезпечення сталого розвитку підприємства. Без чіткої та об'єктивної оцінки неможливо визначити реальні позиції продукції на ринку та вчасно виявити сильні і слабкі сторони. Це дозволяє своєчасно коригувати стратегії виробництва і маркетингу, підвищуючи привабливість товару для споживачів.

Крім того, оцінка конкурентоспроможності допомагає ефективно розподіляти ресурси та інвестиції, спрямовуючи їх на найбільш перспективні напрямки [42].

Ефективність управління цим процесом безпосередньо впливає на здатність підприємства адаптуватися до змін ринкових умов і підтримувати стабільні конкурентні переваги. Тому системний підхід до оцінювання і управління конкурентоспроможністю продукції є невід'ємною складовою успішної діяльності підприємства. Врахування результатів оцінки дозволяє підвищити загальну ефективність роботи та забезпечити довготривалу конкурентоспроможність [70].

Процес оцінки рівня конкурентоспроможності продукції підприємства - це систематичне вивчення та аналіз властивостей продукції щодо її відповідності вимогам ринку, потребам споживачів і порівняння з аналогічними товарами конкурентів. Цей процес включає збір інформації про технічні, економічні, якісні, функціональні та комерційні характеристики продукції. Він також передбачає визначення сильних і слабких сторін товару, виявлення факторів, що впливають на попит і конкурентні переваги.

Оцінка здійснюється за допомогою різних методів та інструментів, таких як рейтингові системи, бенчмаркінг, експертні оцінки і маркетингові дослідження. Результати оцінки використовуються для прийняття управлінських рішень щодо удосконалення продукції, оптимізації виробництва і формування ефективної стратегії просування на ринку. Таким чином, процес оцінки конкурентоспроможності є важливим інструментом підтримки сталого розвитку підприємства і забезпечення його успішної діяльності.

Структурно-логічна модель оцінки конкурентоспроможності продукції відображена на рис. 1.8.

Загальний комплекс робіт з оцінювання конкурентоспроможності вимагає проведення таких етапів: вивчення ринку і вибір для порівняння товарів-аналогів; визначення сукупності порівнювальних параметрів; розрахунок рівня конкурентоспроможності товару різними методами [59].



Рис. 1.8. Структурно-логічна модель оцінки конкурентоспроможності продукції

*Джерело: складено автором на основі [37; 68]*

Слід розрізняти параметри та показники конкурентоспроможності.

Параметри конкурентоспроможності – це конкретні характеристики і показники продукції, за якими оцінюють її здатність задовольняти потреби споживачів і ефективно конкурувати на ринку. Вони відображають як якісні, так і кількісні властивості товару, такі як якість, ціна, надійність, дизайн, інноваційність, екологічність, а також сервісне обслуговування. Ці параметри служать основою для порівняння продукції підприємства з аналогічними товарами конкурентів і визначення її конкурентних переваг чи недоліків. Вибір та оптимізація параметрів конкурентоспроможності є ключовим завданням для ефективного управління якістю продукції і маркетинговою стратегією

підприємства. Завдяки правильному визначенню і контролю цих параметрів підприємство може підвищити привабливість свого товару і зміцнити свої позиції на ринку [64].

Параметри конкурентоспроможності продукції зазвичай поділяють на три основні групи: технічні, економічні та нормативні (табл. 1.5).

Таблиця 1.5

## Параметри конкурентоспроможності продукції підприємства

| Група параметрів        | Характеристика                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Технічні параметри   | Визначають функціональні можливості продукції, її якість, надійність, довговічність, безпеку та відповідність технічним вимогам. До них належать: технічні характеристики, продуктивність, енергоефективність, інноваційність, рівень автоматизації тощо. Вони безпосередньо впливають на споживчу цінність товару. |
| 2. Економічні параметри | Характеризують витрати, пов'язані з придбанням, використанням і обслуговуванням продукції. Сюди відносяться: ціна, вартість експлуатації, витрати на ремонт, обслуговування, строк окупності. Економічні параметри є вирішальними з погляду формування ринкової привабливості товару.                               |
| 3. Нормативні параметри | Визначають відповідність продукції чинним законодавчим, екологічним, санітарним, технічним та іншим вимогам. Це включає сертифікацію, відповідність стандартам (ISO, ДСТУ тощо), екологічну безпечність, маркування, упаковку. Недотримання цих параметрів може призвести до заборони реалізації продукції.         |

*Джерело: складено автором на основі [15; 26]*

Представлений поділ допомагає системно підходити до аналізу конкурентоспроможності продукції, враховуючи різні аспекти її відповідності вимогам ринку та споживачів.

Показники конкурентоспроможності продукції - це кількісні та якісні величини, що дозволяють об'єктивно оцінити здатність товару задовольняти потреби споживачів у порівнянні з аналогічними товарами конкурентів. Вони відображають рівень привабливості продукції на ринку та є основою для формування стратегії її просування [10].

До основних критеріїв оцінки конкурентоспроможності продукції належать [2; 23]:

- інтегральний критерій конкурентоспроможності – зведена оцінка, яка враховує технічні, економічні та нормативні характеристики;

- ціновий критерій – співвідношення ціни товару до його споживчої цінності;
- якісні критерії - відображають надійність, довговічність, безпеку, дизайн тощо;
- споживча корисність – рівень задоволення потреб споживача;
- індекси технічного рівня – порівняння технічних параметрів із базовими або з товарами-аналога;
- показники витрат на експлуатацію – обсяг витрат споживача під час використання продукції;
- інноваційність – наявність нових технологічних або функціональних рішень.

Характеристика системи та методики розрахунку показників конкурентоспроможності продукції представлена у табл. 1.6.

Таблиця 1.6

Характеристика системи та методики розрахунку показників  
конкурентоспроможності продукції

| Вид показників             | Опис                                                                                     | Методика розрахунку                                                                                                                                                                                                                                                                          | Коментар                                                                         |
|----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|
| 1                          | 2                                                                                        | 3                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 4                                                                                |
| 1. Технічні показники      | Характеристики, що відображають якість, функціональність і технічні параметри продукції. | Порівняння технічних характеристик (наприклад, продуктивність, надійність, енергоефективність) з аналогами. Використовується формула:<br>$K_t = \sum (P_i / P_{i,ref}) \times W_i$ де $P_i$ - значення i-го параметра, $P_{i,ref}$ - значення параметра аналога, $W_i$ - ваговий коефіцієнт. | Вагові коефіцієнти визначаються експертним шляхом або за ринковими пріоритетами. |
| 2. Економічні показники    | Ціна, собівартість, витрати на експлуатацію, термін окупності.                           | Розрахунок інтегрального економічного показника:<br>$K_e = (C_{ref} / C) \times W_c + (E_{ref} / E) \times W_e$ де $C$ - ціна продукту, $C_{ref}$ - ціна аналога, $E$ - експлуатаційні витрати, $W_c, W_e$ - вагові коефіцієнти.                                                             | Враховує співвідношення ціна/якість і довгострокові витрати для споживача.       |
| 3. Організаційні показники | Доступність сервісу, логістика, терміни поставки, бренд.                                 | Оцінка через якісні або бальні методи:<br>$K_o = \sum S_i \times W_i$ де $S_i$ - оцінка i-го організаційного параметра (за шкалою, наприклад, 1–10), $W_i$ - ваговий коефіцієнт.                                                                                                             | Часто базується на опитуваннях споживачів або експертних оцінках.                |

Продовження таблиці 1.6

| 1                                               | 2                                                                              | 3                                                                                                                                                                         | 4                                                                           |
|-------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|
| 4. Інтегральний показник конкурентоспроможності | Комплексна оцінка, що поєднує технічні, економічні та організаційні показники. | $K = K_t \times W_t + K_e \times W_e + K_o \times W_o$ , де $W_t$ , $W_e$ , $W_o$ - вагові коефіцієнти для технічних, економічних і організаційних показників відповідно. | Вагові коефіцієнти визначаються залежно від цільового ринку та пріоритетів. |
| 5. Порівняльний аналіз                          | Порівняння з конкурентами за вибраними показниками.                            | Побудова радарних діаграм або таблиць порівняння для наочного представлення переваг і недоліків.                                                                          | Використовується для виявлення сильних і слабких сторін продукту.           |
| 6. Ринковий контекст                            | Аналіз ринкових тенденцій, потреб споживачів і конкурентного середовища.       | Аналіз даних з веб-джерел, соціальних мереж (наприклад, X), відгуків споживачів. Оцінка ринкової частки та позиціонування.                                                | Може включати аналіз трендів через інструменти пошуку в реальному часі.     |

*Джерело: складено автором на основі [4; 24]*

Отже, конкурентоспроможність продукції оцінюється через комплексний аналіз технічних, економічних і організаційних показників. Технічні показники порівнюють якість і функціональність продукту з аналогами, використовуючи вагові коефіцієнти. Економічні показники враховують ціну, собівартість і експлуатаційні витрати, визначаючи співвідношення ціна/якість. Організаційні показники оцінюють сервіс, логістику та репутацію бренду на основі якісних даних. Інтегральний показник конкурентоспроможності поєднує всі аспекти, дозволяючи порівняти продукт із конкурентами на ринку.

Методи оцінювання конкурентоспроможності продукції підприємства - це сукупність прийомів і процедур, які дозволяють кількісно або якісно визначити рівень спроможності продукції задовольнити потреби ринку порівняно з товарами конкурентів. Ці методи допомагають підприємству аналізувати свої сильні та слабкі сторони, приймати обґрунтовані рішення для підвищення конкурентної позиції. Застосування системи методів забезпечує комплексну оцінку конкурентоспроможності продукції та сприяє ефективному управлінню розвитком підприємства [15; 29].

Методи оцінювання конкурентоспроможності продукції підприємства систематизовано в табл. 1.7.

Таблиця 1.7

## Методи оцінювання конкурентоспроможності продукції підприємства

| Метод оцінювання                  | Характеристика                                                                                                  |
|-----------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Аналіз споживчих оцінок           | Збір і аналіз думок споживачів щодо якості, ціни, дизайну, функціональності продукції.                          |
| Порівняльний аналіз (бенчмаркінг) | Порівняння характеристик продукції з аналогічними товарами конкурентів за ключовими параметрами.                |
| Індексний метод                   | Розрахунок інтегрального показника конкурентоспроможності з урахуванням ваги різних параметрів.                 |
| Метод експертних оцінок           | Залучення фахівців для комплексної оцінки сильних і слабких сторін продукції.                                   |
| Аналіз життєвого циклу продукції  | Оцінка конкурентоспроможності на різних етапах життєвого циклу товару: впровадження, зростання, зрілість, спад. |
| Техніко-економічний аналіз        | Вивчення технічних характеристик і економічних показників для визначення ринкових переваг.                      |
| SWOT-аналіз                       | Визначення сильних і слабких сторін продукції, а також зовнішніх можливостей і загроз.                          |

*Джерело: складено автором на основі [15; 29]*

Отже, використання різноманітних підходів дозволяє всебічно оцінити сильні та слабкі сторони продукції. Це забезпечує обґрунтоване прийняття управлінських рішень для підвищення конкурентоспроможності. Особливо важливим є врахування життєвого циклу продукції, що допомагає адаптувати стратегію управління на різних етапах.

Таким чином, необхідність комплексного підходу до оцінки конкурентоспроможності продукції зумовлена багатогранністю факторів, які впливають на її ринкові позиції. Лише поєднання кількісних і якісних методів дозволяє отримати об'єктивну та повну картину конкурентних переваг і недоліків продукції. Такий підхід допомагає врахувати як технічні характеристики, так і споживчі вподобання, а також зовнішні ринкові умови. Комплексна оцінка забезпечує більш ефективне управління розвитком продукції і своєчасне коригування стратегії підприємства. В результаті це сприяє підвищенню конкурентоспроможності і довгостроковій стабільності підприємства на ринку.

#### **1.4. Нормативно-правове та інформаційне забезпечення системи управління конкурентоспроможністю продукції підприємства**

Нормативно-правове забезпечення відіграє ключову роль у сфері управління конкурентоспроможністю продукції підприємства, оскільки створює правову основу для стабільного функціонування ринку. Відсутність чітких правил і стандартів може призвести до недобросовісної конкуренції та зниження якості продукції. Правове регулювання сприяє встановленню єдиних вимог до виробництва, сертифікації та маркування товарів, що підвищує довіру споживачів. Крім того, законодавчі норми забезпечують захист прав споживачів і підприємців, що стимулює інновації та розвиток [30].

Впровадження міжнародних стандартів у нормативно-правову базу сприяє інтеграції підприємств у світовий ринок. Адекватне нормативне поле допомагає уникати правових конфліктів і ризиків, пов'язаних із веденням бізнесу. Воно також забезпечує прозорість і передбачуваність умов для інвестицій. Тому підприємства повинні враховувати законодавчі вимоги при розробці стратегії управління конкурентоспроможністю. Відповідність нормативно-правовим стандартам є запорукою не лише законності, а й ефективності діяльності. Таким чином, нормативно-правове забезпечення є фундаментом для сталого розвитку і конкурентоспроможності продукції на ринку.

Система нормативно-правового забезпечення у сфері управління конкурентоспроможністю продукції підприємства - це сукупність законів, нормативних актів, стандартів, правил і процедур, які регламентують порядок розробки, виробництва, контролю якості, сертифікації та просування продукції на ринку. Вона створює правове підґрунтя для забезпечення високих стандартів якості та безпеки продукції, захисту прав споживачів і дотримання конкурентних норм. Ця система сприяє формуванню рівних умов для всіх учасників ринку, запобігає недобросовісній конкуренції та стимулює розвиток інновацій [41; 55].

Завдяки нормативно-правовому забезпеченню підприємства отримують можливість ефективно управляти своїм конкурентним потенціалом і зміцнювати

позиції на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Основні напрями розвитку нормативно-правового регулювання у сфері управління конкурентоспроможністю продукції підприємства представлено нижче [13; 27]:

1. Удосконалення стандартів якості продукції. Постійне оновлення і гармонізація національних стандартів з міжнародними вимогами дозволяє забезпечити високу якість продукції та її відповідність світовим нормам, що сприяє розширенню експортних можливостей підприємств.

2. Посилення захисту прав споживачів. Розробка і впровадження нових законодавчих актів, що гарантують безпеку та інформованість споживачів, підвищує довіру до продукції і стимулює підприємства до поліпшення якості.

3. Регулювання конкурентної діяльності та боротьба з недобросовісною конкуренцією. Запровадження жорсткіших норм щодо реклами, маркування продукції та антимонопольного контролю допомагає створити рівні умови для всіх учасників ринку.

4. Інтеграція європейського та міжнародного законодавства. Покращення законодавчої бази у відповідності з нормами ЄС і міжнародних організацій сприяє більш ефективній участі підприємств у глобальних ланцюгах постачання.

5. Розвиток систем сертифікації та акредитації. Створення прозорих і доступних процедур сертифікації продукції стимулює підвищення стандартів якості і підтвердження відповідності вимогам ринку.

6. Зміцнення правового регулювання інноваційної діяльності. Запровадження нормативів, що підтримують впровадження нових технологій і розробок, сприяє підвищенню конкурентоспроможності через інновації.

7. Підвищення ролі державного контролю і нагляду. Забезпечення ефективного контролю за дотриманням нормативних вимог дозволяє оперативно реагувати на порушення і підтримувати високі стандарти на ринку.

Визначені напрями формують основу для сучасного, прозорого і ефективного нормативно-правового регулювання, що є ключовим чинником підвищення конкурентоспроможності продукції підприємств.

Система нормативно-правового регулювання в сфері управління конкурентоспроможністю продукції підприємства узагальнена у табл. 1.8.

Таблиця 1.8

Система нормативно-правового регулювання в сфері управління  
конкурентоспроможністю продукції підприємства

| Назва нормативно-правового акта                                                                 | Роль у регулюванні конкурентоспроможності продукції підприємств                                                                                                               |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Закон України «Про стандартизацію» [53]                                                         | Визначає основи стандартизації продукції, сприяє забезпеченню її якості та відповідності стандартам. Підвищує рівень конкурентоспроможності через уніфікацію технічних вимог. |
| Закон України «Про технічні регламенти та оцінку відповідності» [54]                            | Встановлює правові основи розробки, прийняття та застосування технічних регламентів для продукції, що забезпечує безпеку і якість товарів на ринку.                           |
| Закон України «Про захист прав споживачів» [49]                                                 | Захищає інтереси споживачів, встановлює вимоги до якості і безпеки продукції, що стимулює підприємства до підвищення конкурентоспроможності.                                  |
| Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції» [48]                                 | Регулює боротьбу з антиконкурентними практиками, забезпечує чесні умови для підприємств і сприяє розвитку здорової конкуренції.                                               |
| Закон України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» [51] | Визначає вимоги до виробництва та контролю харчової продукції, що підвищує її конкурентоспроможність на внутрішньому та зовнішньому ринках.                                   |
| Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» [50]                                         | Визначає умови участі підприємств у міжнародній торгівлі, що важливо для конкурентоспроможності продукції на глобальному ринку.                                               |
| Закон України «Про рекламу» [52]                                                                | Регулює правила реклами продукції, запобігає недобросовісній рекламі, що впливає на формування об'єктивного споживчого вибору і конкурентної боротьби.                        |
| Закон України «Про авторське право і суміжні права» [47]                                        | Захищає права на інновації та бренди, що є важливою складовою конкурентоспроможності продукції на ринку.                                                                      |

*Джерело: складено автором*

Удосконалення нормативно-правового забезпечення у сфері управління конкурентоспроможністю продукції підприємства є надзвичайно важливим для підвищення ефективності діяльності сучасних підприємств. Сучасні виклики ринку, зокрема глобалізація та швидкий розвиток технологій, вимагають адаптації правових норм до нових умов. Недосконалі або застарілі законодавчі акти можуть стримувати розвиток інновацій та впровадження сучасних методів

управління якістю продукції. Важливо створити гнучку правову базу, яка б підтримувала розвиток підприємств і захищала інтереси споживачів.

Удосконалення нормативно-правових актів сприятиме більш прозорому та чесному конкурентному середовищу. Це, у свою чергу, підвищить довіру інвесторів та партнерів до українських виробників. Крім того, посилення норм щодо сертифікації і стандартизації дозволить підприємствам успішніше виходити на міжнародні ринки. Важливо також впроваджувати сучасні методи контролю за дотриманням нормативів. Удосконалення правового регулювання допоможе мінімізувати ризики недобросовісної конкуренції та фальсифікації продукції. Отже, постійний перегляд і оновлення нормативно-правової бази є необхідною умовою для сталого розвитку конкурентоспроможності підприємств.

Інформаційне забезпечення щодо управління конкурентоспроможністю продукції підприємства являє собою комплекс організаційних, технічних та програмних заходів, спрямованих на збір, обробку, аналіз і передачу достовірної, своєчасної та повної інформації, необхідної для прийняття ефективних управлінських рішень. Воно включає в себе системи збору даних про ринок, споживачів, конкурентів, внутрішні ресурси підприємства та зовнішні фактори впливу. Така інформація забезпечує основу для оцінки конкурентоспроможності продукції, визначення її сильних і слабких сторін, а також для розробки стратегій підвищення конкурентних переваг [40].

Інформаційне забезпечення сприяє оперативному реагуванню на зміни ринкових умов і дозволяє прогнозувати розвиток конкурентного середовища. Крім того, воно підтримує процес контролю за виконанням управлінських заходів і коригування стратегії відповідно до отриманих результатів. Таким чином, інформаційне забезпечення є ключовим елементом системи управління конкурентоспроможністю продукції підприємства, що забезпечує ефективність і адаптивність управлінських процесів [69].

Системи інформаційного забезпечення управління конкурентоспроможністю продукції підприємства є важливим інструментом для

прийняття обґрунтованих управлінських рішень. Вони забезпечують збір, обробку та аналіз даних про ринок, споживачів, конкурентів та внутрішні процеси підприємства. Завдяки цим системам керівники отримують своєчасну і достовірну інформацію, що дозволяє оперативно реагувати на зміни у зовнішньому середовищі. Ефективне інформаційне забезпечення сприяє підвищенню точності оцінки конкурентоспроможності продукції та розробці стратегій для її покращення. Воно також допомагає оптимізувати ресурси та підвищити якість управлінських процесів. Таким чином, сучасні інформаційні системи є невід'ємною складовою успішного управління конкурентоспроможністю продукції підприємства [69; 77].

Сучасні інформаційні системи є невід'ємною складовою успішного управління конкурентоспроможністю продукції підприємства, оскільки вони забезпечують оперативний доступ до великого обсягу даних, необхідних для прийняття стратегічних і тактичних рішень. Такі системи інтегрують інформацію про ринкові тенденції, поведінку споживачів, діяльність конкурентів, а також внутрішні виробничі процеси та ресурси підприємства. Вони дозволяють автоматизувати процеси збору, аналізу та обробки інформації, що підвищує точність і швидкість прийняття управлінських рішень. Крім того, сучасні інформаційні системи підтримують прогнозування розвитку ринку та оцінку потенційних ризиків, що дає змогу підприємству ефективно адаптуватися до змін зовнішнього середовища. Впровадження таких систем сприяє підвищенню якості продукції, зниженню витрат і поліпшенню конкурентних позицій на ринку. Завдяки цим можливостям інформаційні системи стають ключовим фактором забезпечення сталого розвитку і конкурентоспроможності підприємства [56].

За результатами проведеного дослідження можна виділити комплекс сучасних інформаційних систем, які є невід'ємною складовою успішного управління конкурентоспроможністю продукції підприємства (табл. 1.9).

Таблиця 1.9

Системи інформаційного забезпечення управління

## конкурентоспроможністю продукції підприємства

| Назва системи                                    | Характеристика                                                                                                                                                    |
|--------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Система управління взаємовідносинами з клієнтами | Забезпечує збір і аналіз інформації про споживачів, їхні потреби та поведінку, що допомагає підвищити якість обслуговування і адаптувати продукцію до ринку.      |
| Система управління виробництвом                  | Автоматизує контроль і планування виробничих процесів, що дозволяє оптимізувати витрати, покращити якість продукції та знизити час виробництва.                   |
| Система планування ресурсів підприємства         | Інтегрує всі бізнес-процеси підприємства, включаючи фінанси, постачання, виробництво і збут, забезпечуючи цілісність і актуальність даних для прийняття рішень.   |
| Аналітичні системи бізнес-інтелекту              | Проводять глибокий аналіз великих обсягів даних, допомагають виявляти тенденції ринку, оцінювати конкурентоспроможність і прогнозувати розвиток підприємства.     |
| Система управління якістю                        | Контролює відповідність продукції стандартам якості, сприяє постійному вдосконаленню виробничих процесів і зниженню кількості браку.                              |
| Інформаційні системи маркетингових досліджень    | Збирають та аналізують дані про ринок, конкурентів і споживачів для розробки ефективних маркетингових стратегій.                                                  |
| Системи електронної комерції                     | Забезпечують продаж продукції через онлайн-канали, розширюють ринок збуту та збирають дані про поведінку покупців для подальшого аналізу і покращення пропозицій. |

*Джерело: складено автором на основі [36; 46]*

Таким чином, можна зробити висновок, що нормативно-правове та інформаційне забезпечення є фундаментальними складовими ефективної системи управління конкурентоспроможністю продукції підприємства. Нормативно-правова база створює правові рамки, що регламентують стандарти якості, захист прав споживачів, технічне регулювання та інші важливі аспекти, необхідні для підтримки чесної конкуренції та забезпечення високих стандартів продукції. Водночас сучасні інформаційні системи забезпечують своєчасний доступ до достовірної та комплексної інформації про ринок, споживачів і конкурентів, що дозволяє приймати обґрунтовані управлінські рішення. Інтеграція цих двох напрямів створює умови для підвищення ефективності управління, сприяє адаптації підприємства до змін зовнішнього середовища та зміцнює його позиції на ринку.

## **Висновки до розділу 1**

За результатами проведеного дослідження теоретичних основ управління конкурентоспроможністю продукції підприємства можна зробити наступні висновки:

1. Встановлено, що конкурентоспроможність продукції - це інтегральна характеристика товару, що визначає його здатність ефективно задовольняти потреби споживачів краще, ніж аналогічна продукція конкурентів, за рахунок оптимального поєднання якості, ціни, інноваційності, дизайну, сервісного обслуговування та інших споживчих переваг, які забезпечують стійкий попит на ринку в коротко- та довгостроковій перспективі. Високий рівень конкурентоспроможності продукції є ключовим чинником успішного розвитку будь-якого підприємства.

2. Визначено, що система управління конкурентоспроможністю продукції підприємства - це сукупність взаємопов'язаних організаційних, технологічних та управлінських заходів, спрямованих на забезпечення та підвищення здатності продукції задовольняти потреби споживачів краще за товари конкурентів. Вона включає планування, аналіз ринку, розробку та вдосконалення продукції, контроль якості, маркетингові стратегії, а також моніторинг результатів і коригування дій для підтримання конкурентних переваг підприємства.

3. Узагальнено, що система управління конкурентоспроможністю продукції підприємства є важливим елементом стратегічного розвитку в умовах ринкової економіки. Вона забезпечує цілеспрямоване формування конкурентних переваг та адаптацію продукції до вимог споживачів і ринкового середовища. Ефективне функціонування такої системи можливе лише за умови комплексного підходу, що охоплює всі етапи створення та просування продукції. Важливими складовими системи є чітко визначені цілі, сучасні інструменти, раціональне використання ресурсів і постійне вдосконалення бізнес-процесів.

4. Обґрунтовано, що конкурентоспроможність формується під впливом численних факторів, які можуть як сприяти, так і обмежувати здатність продукції

конкурувати на ринку. Тому для ефективного управління важливо не лише визначати ці фактори, а й системно їх аналізувати та враховувати при прийнятті стратегічних і тактичних рішень. Фактори впливу включають як внутрішні ресурси підприємства, так і зовнішні умови, що формуються ринком, споживачами, конкурентами та законодавчою базою. Ігнорування цих аспектів може призвести до втрати конкурентних позицій і зниження прибутковості.

5. Узагальнено, що процес оцінки рівня конкурентоспроможності продукції підприємства - це систематичне вивчення та аналіз властивостей продукції щодо її відповідності вимогам ринку, потребам споживачів і порівняння з аналогічними товарами конкурентів. Цей процес включає збір інформації про технічні, економічні, якісні, функціональні та комерційні характеристики продукції. Він також передбачає визначення сильних і слабких сторін товару, виявлення факторів, що впливають на попит і конкурентні переваги.

6. Встановлено, що необхідність комплексного підходу до оцінки конкурентоспроможності продукції зумовлена багатогранністю факторів, які впливають на її ринкові позиції. Лише поєднання кількісних і якісних методів дозволяє отримати об'єктивну та повну картину конкурентних переваг і недоліків продукції. Такий підхід допомагає врахувати як технічні характеристики, так і споживчі вподобання, а також зовнішні ринкові умови. Комплексна оцінка забезпечує більш ефективне управління розвитком продукції і своєчасне коригування стратегії підприємства.

7. Доведено, що нормативно-правове та інформаційне забезпечення є фундаментальними складовими ефективної системи управління конкурентоспроможністю продукції підприємства. Інтеграція цих двох напрямів створює умови для підвищення ефективності управління, сприяє адаптації підприємства до змін зовнішнього середовища та зміцнює його позиції на ринку.

## РОЗДІЛ 2

### АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА СТАНУ ТА НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ДП «РИТМ» ТОВ «РОСТ»

#### 2.1. Організаційно-управлінський аналіз підприємства

Дослідження системи формування та забезпечення конкурентоспроможності продукції проводиться на базі Дочірнього підприємства «Ритм» (ДП «Ритм»), що є юридичною особою, створеною у формі дочірнього підприємства, засновником якого є Товариство з обмеженою відповідальністю «Рост» (ТОВ «Рост»). Організаційно-правова характеристика підприємства ДП «Ритм» ТОВ «Рост» представлена у табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Організаційно-правова характеристика підприємства ДП «Ритм» ТОВ «Рост»

| Ознаки                             | Характеристика                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Повне найменування юридичної особи | ДОЧІРНЄ ПІДПРИЄМСТВО РИТМ ТОВАРИСТВА З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ РОСТ                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Скорочена назва                    | ДП «Ритм» ТОВ «Рост»                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Статус юридичної особи             | Зареєстровано                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Код ЄДРПОУ                         | 32085195                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Дата реєстрації                    | 06.08.2002 р.                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Уповноважені особи                 | Морозов Сергій Олександрович                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Організаційно-правова форма        | Дочірнє підприємство                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Розмір статутного капіталу         | 1 400 000,00 грн.                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Форма власності                    | Приватна                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Види діяльності                    | Види діяльності<br>Основний:<br>16.21 Виробництво фанери, дерев'яних плит і панелей, шпону<br>Інші:<br>31.09 Виробництво інших меблів<br>16.29 Виробництво інших виробів з деревини; виготовлення виробів з корка, соломки та рослинних матеріалів для плетіння<br>46.24 Оптова торгівля шкірсировиною, шкурами та шкірою |
| Місцезнаходження юридичної особи   | 13300, Україна, Житомирська обл., місто Бердичів, вулиця Житомирська, будинок, 76.                                                                                                                                                                                                                                        |

*Джерело: складено автором за даними підприємства*

Отже, ДП «Ритм» ТОВ «Рост» зареєстроване 06.08.2002 року за юридичною адресою: 13300, Україна, Житомирська обл., місто Бердичів, вулиця Житомирська, будинок, 76. Керівником організації є Морозов Сергій Олександрович. Розмір статутного капіталу складає 1400000,00 грн.

Основний вид діяльності: 16.21 Виробництво фанери, дерев'яних плит і панелей, шпону. Інші види діяльності: Виробництво інших меблів, Виробництво інших виробів з деревини; виготовлення виробів з корка, соломки та рослинних матеріалів для плетіння, Оптова торгівля шкірсировиною, шкурами та шкірою, Ремонт меблів і домашнього начиння, Оптова торгівля деревиною, будівельними матеріалами та санітарно-технічним обладнанням, Оптова торгівля хімічними продуктами, Оптова торгівля іншими проміжними продуктами, Неспеціалізована оптова торгівля, Вантажний автомобільний транспорт, Надання послуг перевезення речей (переїзду), Ремонт і технічне обслуговування інших машин і устаткування.

ДП «Ритм» ТОВ «Рост» було засноване 6 серпня 2002 року в місті Бердичів, що відіграє важливу роль у деревообробній галузі України. Місце розташування підприємства було обране невипадково - Бердичів має вигідне географічне положення, що забезпечує зручну логістику, доступ до сировинних ресурсів і основних транспортних маршрутів. Крім того, регіон має глибоку спеціалізацію в обробці деревини, що сприяє залученню досвідчених працівників та налагодженню ефективної співпраці з постачальниками.

На початковому етапі виробничі потужності підприємства були оснащені технікою нового покоління для роботи з деревиною, що дало змогу ДП «Ритм» ТОВ «Рост» швидко закріпитися на ринку. Запровадження сучасних технологічних ліній з виробництва фанери та деревостружкових плит дало змогу виготовляти продукцію, яка відповідала високим європейським стандартам. Серед першого обладнання були італійські пресові лінії, що значно підвищили продуктивність виробництва. Завдяки постійним інвестиціям у оновлення технічної бази підприємству вдалося розширити номенклатуру продукції та забезпечити стабільну роботу навіть в умовах нестабільності.

Упродовж своєї діяльності підприємство реалізувало чимало успішних ініціатив, серед яких варто виокремити тривале й плідне співробітництво з провідними меблевими виробниками України та країн Європи. Це партнерство не лише сприяло розширенню обсягів виробництва, а й стимулювало модернізацію технологій, що дозволило підприємству утримувати стабільно високий рівень конкурентоспроможності. Протягом останніх десяти років компанія не раз зіштовхувалася з викликами економічного характеру, однак завдяки продуманій антикризовій політиці їй вдавалося не лише втримати позиції, а й знайти нові шляхи для зростання. Так, у період фінансової нестабільності 2008 року підприємство переорієнтувалося на зовнішні ринки, що дозволило зменшити вплив негативних економічних чинників на діяльність.

Висока якість продукції та активне впровадження новітніх технологій неодноразово були відзначені професійними нагородами. Зокрема, підприємство пройшло сертифікацію за міжнародними стандартами ISO 9001 та FSC, що свідчить про високу відповідальність перед клієнтами та дотримання екологічних принципів у виробництві. Інноваційність завжди була ключовим чинником успішного розвитку компанії, що підтверджується впровадженням енергоощадних рішень. Одним із важливих кроків у цьому напрямі став проект 2017 року, коли було встановлено систему повторного використання теплової енергії. Це дало змогу значно скоротити витрати на енергоресурси та підвищити рівень екологічної безпеки виробництва.

Система управління на підприємстві сформована на основі принципів відкритості та результативності. Стратегічне планування і контроль діяльності всіх підрозділів забезпечуються керівництвом ДП «Ритм» ТОВ «Рост», що сприяє підвищенню ефективності виробничих процесів і загальної продуктивності. Особливу увагу приділено впровадженню внутрішнього контролю, який включає систематичні аудити, аналіз фінансових показників та оцінку результативності прийнятих управлінських рішень. Завдяки цьому компанія має змогу оперативно реагувати на зміни ринкової кон'юнктури та зберігати фінансову стійкість.

Поряд із виробничою діяльністю підприємство ДП «Ритм» ТОВ «Рост» активно розвиває напрям соціальної відповідальності. Зокрема, впроваджуються програми підтримки місцевого населення, екологічні ініціативи та заходи з підвищення професійної компетентності працівників. Такий підхід сприяє формуванню позитивного іміджу компанії, розвитку корпоративної культури та створенню комфортних умов праці.

Стратегічні аспекти та орієнтири розвитку підприємства ДП «Ритм» ТОВ «Рост» представлено у табл. 2.2.

Таблиця 2.2

Стратегічні аспекти та орієнтири розвитку підприємства  
ДП «Ритм» ТОВ «Рост»

| Стратегічний аспект               | Опис                                                                                |
|-----------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| Інноваційність виробництва        | Впровадження енергоефективних та екологічних технологій, модернізація обладнання    |
| Експортна орієнтація              | Розширення ринків збуту в Європі, укладання нових міжнародних контрактів            |
| Якість продукції                  | Дотримання міжнародних стандартів ISO 9001, FSC, постійний контроль якості          |
| Управління ризиками               | Стратегічна гнучкість, диверсифікація ринків, розробка антикризових заходів         |
| Кадрова політика                  | Підвищення кваліфікації персоналу, формування сильної корпоративної культури        |
| Соціальна відповідальність        | Участь у програмах підтримки громад, екологічна та соціальна ініціативність         |
| Цифровізація управління           | Використання сучасних інформаційних систем для управління виробництвом і логістикою |
| Розширення асортименту            | Випуск нових видів деревних плит та фанери відповідно до потреб ринку               |
| Підвищення конкурентоспроможності | Оптимізація витрат, гнучке ціноутворення, посилення позицій на внутрішньому ринку   |
| Партнерство та кооперація         | Поглиблення співпраці з провідними меблевими компаніями України та ЄС               |

*Джерело: складено автором за даними підприємства*

Узагальнюючи, можна зазначити, що стратегія розвитку ДП «Ритм» ТОВ «Рост» ґрунтується на поєднанні інновацій, високих стандартів якості та ефективного управління. Підприємство активно впроваджує сучасні технології, орієнтується на розширення зовнішніх ринків, підвищує кваліфікацію персоналу та дотримується принципів соціальної відповідальності. Важливими чинниками

його успішної діяльності є гнучкість у реагуванні на економічні виклики, партнерство з провідними галузевими компаніями та постійне вдосконалення виробничих процесів. Такий комплексний підхід дозволяє підприємству не лише зберігати конкурентні позиції, а й формувати стабільну основу для довгострокового зростання.

Організаційна структура управління ДП «Ритм» ТОВ «Рост» - це сукупність взаємопов'язаних підрозділів та посад, які забезпечують ефективне функціонування підприємства, координацію дій, розподіл обов'язків і відповідальності між учасниками управлінського процесу.

Організаційна структура управління ДП «Ритм» ТОВ «Рост» представлена на рис. 2.1.

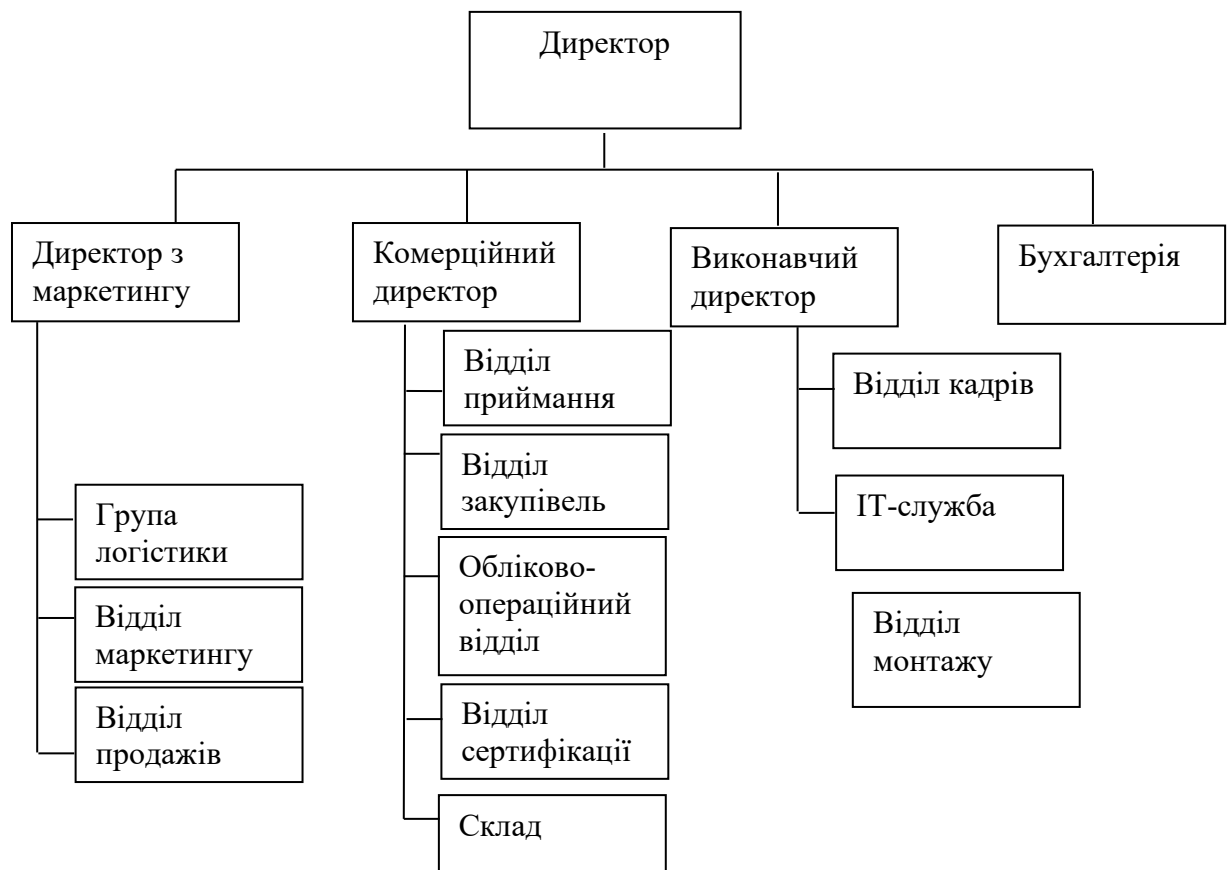


Рис 2.1. Організаційна структура управління ДП «Ритм» ТОВ «Рост»

*Джерело: складено автором за даними підприємства*

Організаційна структура підприємства ДП «Ритм» ТОВ «Рост» є функціональною, що означає поділ управлінської діяльності за основними

функціями - виробництво, збут, фінанси, постачання, кадри тощо. Такий підхід дає змогу кожному структурному підрозділу зосередитись на виконанні конкретних завдань відповідно до своєї спеціалізації, що підвищує ефективність управління та зменшує дублювання функцій.

Функціональна структура сприяє раціональному розподілу обов'язків і відповідальності, чіткому контролю за виконанням управлінських рішень, а також забезпечує високу професійну компетентність управлінського персоналу. Водночас така структура дозволяє швидко адаптуватися до змін у внутрішньому та зовнішньому середовищі підприємства. Кожен підрозділ підпорядковується вищому керівництву та тісно взаємодіє з іншими ланками, що забезпечує єдність управлінського процесу.

Трудовий потенціал підприємства ДП «Ритм» ТОВ «Рост» складається з кваліфікованого персоналу, який охоплює як виробничих працівників, так і управлінський та технічний персонал. Основу колективу становлять фахівці з досвідом роботи в деревообробній галузі, що забезпечує високу якість продукції та ефективність виробничих процесів.

До складу трудового потенціалу входять робітники основних професій – оператори деревообробного обладнання, складальники, контролери якості, а також інженери, економісти, бухгалтери, менеджери зі збуту, логісти, спеціалісти з охорони праці та екології. Підприємство активно інвестує в розвиток персоналу, організовуючи курси підвищення кваліфікації, внутрішні тренінги та стажування.

Особливу увагу приділяють підтримці молодих спеціалістів і збереженню кадрового потенціалу, що дозволяє забезпечити стабільність, спадкоємність знань і професійну адаптацію нових працівників. Трудовий потенціал ДП «Ритм» ТОВ «Рост» є важливим стратегічним ресурсом, що безпосередньо впливає на конкурентоспроможність і сталий розвиток підприємства.

Динаміка чисельності та структури персоналу за категоріями ДП «Ритм» ТОВ «Рост» у 2022–2024 рр. представлена у табл. 2.3.

Таблиця 2.3

## Динаміка чисельності та структури персоналу за категоріями

ДП «Ритм» ТОВ «Рост» у 2022–2024 рр.

| Групи працівників | 2022 рік     |                | 2023 рік     |                | 2024 рік     |                | 2024 р. до 2022 р. |       |                |
|-------------------|--------------|----------------|--------------|----------------|--------------|----------------|--------------------|-------|----------------|
|                   | кіл-ть, чол. | питома вага, % | кіл-ть, чол. | питома вага, % | кіл-ть, чол. | питома вага, % | +, –               | %     | пунктів стр-ри |
| Разом, з них:     | 173          | 100            | 172          | 100            | 223          | 100            | 50                 | 28,90 | х              |
| Робітники         | 145          | 83,82          | 145          | 84,30          | 197          | 88,34          | 52                 | 35,86 | 4,53           |
| Фахівці           | 23           | 13,29          | 22           | 12,79          | 21           | 9,42           | -2                 | -8,70 | -3,88          |
| Керівники         | 5            | 2,89           | 5            | 2,91           | 5            | 2,24           | 0                  | 0,00  | -0,65          |

*Джерело: складено автором за даними підприємства*

У 2022–2024 роках чисельність персоналу ДП «Ритм» ТОВ «Рост» зросла з 173 до 223 осіб, що становить приріст на 28,9%. Основне зростання відбулося за рахунок збільшення кількості робітників - на 52 особи, або 35,86%, що свідчить про розширення виробничих потужностей. Частка робітників у загальній структурі персоналу також зросла на 4,53 відсоткових пункти, досягнувши 88,34% у 2024 році. Водночас чисельність фахівців дещо скоротилася - з 23 до 21 особи, що зумовило зниження їх питомої ваги на 3,88 пункти. Кількість керівників залишалася стабільною протягом трьох років, однак їх питома вага зменшилася через загальне зростання чисельності персоналу. Загалом, структура персоналу підприємства свідчить про виробничу орієнтацію компанії та акцент на зміцнення операційного складу.

Таким чином, ДП «Ритм» ТОВ «Рост» демонструє стабільну динаміку розвитку завдяки вдалому розташуванню, інвестиціям у модернізацію виробництва та впровадженню інноваційних технологій. Підприємство ефективно адаптується до економічних змін, зокрема через орієнтацію на експорт та енергоефективність. Зростання чисельності робітників свідчить про збільшення виробничих обсягів і розширення діяльності. Сертифікація за міжнародними стандартами та співпраця з європейськими партнерами підтверджують високий рівень якості продукції. Функціональна організаційна структура та прозора система управління дозволяють оперативно реагувати на виклики ринку.

## **2.2. Діагностика фінансово-економічного стану підприємства**

Діагностика фінансово-економічного стану підприємства є надзвичайно важливим елементом системи управління, оскільки дозволяє вчасно виявляти проблеми та приймати обґрунтовані управлінські рішення. В умовах конкурентного ринку та нестабільного економічного середовища ефективне функціонування підприємства значною мірою залежить від точного аналізу його фінансових показників. Така діагностика дає змогу оцінити реальний стан справ, виявити сильні та слабкі сторони діяльності, а також розробити стратегії щодо зміцнення фінансової стабільності.

Основною метою фінансово-економічної діагностики є оцінка рівня ефективності використання ресурсів, платоспроможності, ліквідності, рентабельності та фінансової стійкості підприємства. Вона дає змогу визначити рівень фінансового ризику, а також виявити можливості для зростання прибутку й оптимізації витрат. Завдяки такому аналізу керівництво може швидше реагувати на негативні тенденції, запобігати кризовим ситуаціям та підвищувати загальну ефективність діяльності.

Діагностика охоплює як кількісні, так і якісні показники, що забезпечує комплексний підхід до оцінки. Вона базується на аналізі фінансової звітності, внутрішніх документів, а також порівнянні з галузевими стандартами. У процесі діагностики використовуються сучасні методики, зокрема коефіцієнтний, трендовий, порівняльний аналіз, а також прогнозування. Важливо також враховувати зовнішні чинники, такі як кон'юнктура ринку, інфляція, валютні коливання, які впливають на фінансові результати.

Таким чином, діагностика є важливим інструментом для забезпечення прозорості, ефективності та стійкого розвитку підприємства. Її результати слугують основою для формування стратегічних планів, бюджетування та підвищення інвестиційної привабливості. Без якісної фінансово-економічної діагностики неможливо забезпечити стабільне зростання, підвищити конкурентоспроможність та мінімізувати фінансові ризики. У сучасних умовах

ведення бізнесу саме своєчасна та глибока діагностика виступає запорукою довготривалого успіху підприємства.

Динаміка формування основних економічних показників діяльності ДП «Ритм» ТОВ «Рост» представлена у табл. 2.4.

Таблиця 2.4

## Основні економічні показники діяльності ДП «Ритм» ТОВ «Рост»

| Показники                                             | Роки     |          |          | 2024 р. до 2022 р. |        |
|-------------------------------------------------------|----------|----------|----------|--------------------|--------|
|                                                       | 2022 р.  | 2023 р.  | 2024 р.  | +, –               | %      |
| Чистий дохід, тис. грн.                               | 277529   | 356479   | 371558   | 94029              | 33,88  |
| Валовий прибуток, тис. грн.                           | 35712    | 42883    | 42426    | 6714               | 18,80  |
| Чистий прибуток, тис. грн.                            | 10093    | 14322    | 5184     | -4909              | -48,64 |
| Середньорічна вартість активів, тис. грн.             | 205564,0 | 211649,5 | 231433,0 | 25869,0            | 12,58  |
| Середньорічна вартість необоротних активів, тис. грн. | 31647,5  | 24613,0  | 20381,0  | -11266,5           | -35,60 |
| Середньорічна вартість оборотних активів, тис. грн.   | 173916,5 | 187036,5 | 211052,0 | 37135,5            | 21,35  |
| Середньооблікова чисельність працівників, осіб        | 173      | 172      | 223      | 50                 | 28,90  |
| Фондовіддача, грн.                                    | 8,77     | 14,48    | 18,23    | 9,46               | 107,89 |
| Фондомісткість                                        | 0,04     | 0,04     | 0,01     | -0,02              | -61,57 |
| Фондоозброєність, тис. грн /ос.                       | 182,93   | 143,10   | 91,39    | -91,54             | -50,04 |
| Продуктивність праці, тис. грн. /ос.                  | 1604,21  | 2072,55  | 1666,18  | 61,97              | 3,86   |
| Коефіцієнт оборотності оборотних активів              | 1,60     | 1,91     | 1,76     | 0,16               | 10,32  |

*Джерело: розраховано за даними фінансової звітності підприємства*

Аналіз показав, що протягом аналізованого періоду ДП «Ритм» ТОВ «Рост» продемонструвало зростання чистого доходу на 33,88%, що свідчить про нарощення обсягів реалізації продукції та послуг. Валовий прибуток також зріс на 18,8%, однак темпи його приросту були меншими порівняно зі зростанням доходу, що може свідчити про збільшення собівартості продукції. Особливе занепокоєння викликає показник чистого прибутку. У 2024 році він знизився на 48,64% у порівнянні з 2022 роком, що вказує на суттєве погіршення фінансового результату підприємства та можливе зростання витрат або втрат.

Середньорічна вартість активів підприємства ДП «Ритм» ТОВ «Рост» зросла на 12,58%, причому зростання забезпечено за рахунок оборотних активів

на 21,35%, тоді як необоротні активи зменшилися на 35,6%. Це може свідчити про переорієнтацію підприємства на менш капіталомістке виробництво або продаж частини основних засобів. Водночас значне зростання середньооблікової чисельності персоналу на 28,9% свідчить про розширення виробничої діяльності.

Позитивну динаміку демонструють показники ефективності використання основних засобів. Так, фондovіддача зросла більш ніж удвічі (+107,89%), а фондомісткість знизилася на 61,57%, що свідчить про підвищення ефективності використання наявного обладнання. Проте фондоозброєність працівників скоротилася на 50,04%, що може бути наслідком зниження обсягів основних фондів при зростанні чисельності персоналу. Продуктивність праці за цей період зросла лише на 3,86%, що є досить помірним результатом і не відповідає темпам зростання доходів чи чисельності персоналу. Коефіцієнт оборотності оборотних активів покращився з 1,60 до 1,76, що свідчить про дещо ефективніше використання обігових коштів, хоча й незначне.

Загалом, попри позитивну динаміку доходів та окремих показників ефективності, підприємство ДП «Ритм» ТОВ «Рост» зіштовхується з проблемами у сфері прибутковості. Це потребує глибшого аналізу витрат і підвищення результативності використання трудових ресурсів.

Діагностика майнового стану підприємства є ключовим елементом економічного аналізу, що дозволяє оцінити структуру, динаміку та ефективність використання наявного майна. Вона надає можливість виявити сильні й слабкі сторони у формуванні активів, а також визначити рівень забезпеченості підприємства основними й оборотними засобами. Зміни в складі та вартості майна прямо впливають на фінансову стабільність, виробничу потужність і інвестиційну привабливість підприємства. Важливо також дослідити співвідношення між необоротними та оборотними активами, що свідчить про обраний тип фінансування та господарської стратегії.

Діагностика майнового стану дозволяє виявити тенденції у використанні ресурсів, визначити ступінь ризиків та ефективність управлінських рішень. На її основі формуються висновки щодо необхідності модернізації обладнання,

оптимізації складу запасів або перегляду інвестиційної політики. Такий аналіз також є важливою передумовою для прийняття рішень про залучення кредитів або участь у партнерських програмах. Оцінка майнового стану є невід’ємною частиною загальної фінансової діагностики, адже вона напряду пов’язана з платоспроможністю та фінансовою стійкістю підприємства. У сучасних умовах ринкової нестабільності об’єктивне розуміння стану активів набуває ще більшого значення для забезпечення довгострокового розвитку бізнесу.

Характеристика майна підприємства ДП «Ритм» ТОВ «Рост» та джерел його формування за балансом представлена у табл. 2.5.

Таблиця 2.5

Характеристика майна підприємства ДП «Ритм» ТОВ «Рост»  
та джерел його формування за балансом

| Показники                              | 2022 р.   |       | 2023 р.   |       | 2024 р.   |       | 2024 р. до 2022 р. |              |       |
|----------------------------------------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|--------------------|--------------|-------|
|                                        | тис. грн. | %     | тис. грн. | %     | тис. грн. | %     | +, –               | %            | п.с.  |
| <b>Активи</b>                          |           |       |           |       |           |       |                    |              |       |
| 1. Необоротні активи:                  | 27087     | 13,2  | 22139     | 10,2  | 18623     | 7,6   | -8464              | -31,25       | -5,57 |
| в т.ч. основні засоби                  | 26350     | 12,8  | 20439     | 9,4   | 17453     | 7,1   | -8897              | -33,76       | -5,69 |
| 2. Оборотні активи                     | 178876    | 86,8  | 195197    | 89,8  | 226907    | 92,4  | 48031              | 26,85        | 5,57  |
| в т.ч. запаси                          | 160731    | 78,0  | 154014    | 70,9  | 186814    | 76,1  | 26083              | 16,23        | -1,95 |
| дебіторська заборговність              | 13781     | 6,7   | 38229     | 17,6  | 28324     | 11,5  | 14543              | 105,53       | 4,84  |
| грошові кошти                          | 480       | 0,2   | 666       | 0,3   | 7124      | 2,9   | 6644               | У 13,84 р.б. | 2,67  |
| <b>Пасиви</b>                          |           |       |           |       |           |       |                    |              |       |
| 1. Власний капітал                     | 54353     | 26,4  | 56131     | 25,8  | 46993     | 19,1  | -7360              | -13,54       | -7,25 |
| в т.ч. зареєстрований капітал          | 1400      | 0,7   | 1400      | 0,6   | 1400      | 0,6   | 0                  | 0,00         | -0,11 |
| нерозподілений прибуток                | 52953     | 25,7  | 54731     | 25,2  | 45593     | 18,6  | -7360              | -13,90       | -7,14 |
| 2. Поточні зобов’язання і забезпечення | 151610    | 73,6  | 161205    | 74,2  | 198537    | 80,9  | 46927              | 30,95        | 7,25  |
| Баланс                                 | 205963    | 100,0 | 217336    | 100,0 | 245530    | 100,0 | 39567              | 19,21        | х     |

*Джерело: розраховано за даними фінансової звітності підприємства*

У період з 2022 по 2024 роки майновий стан ДП «Ритм» ТОВ «Рост» зазнав

суттєвих змін, що свідчить про переорієнтацію фінансової структури підприємства. Загальний обсяг активів зріс на 19,21 %, або на 39567 тис. грн, що є позитивним сигналом про розширення ресурсної бази. Водночас відбулося істотне скорочення необоротних активів на 31,25 %, здебільшого за рахунок зменшення вартості основних засобів на 33,76 %, що може свідчити про знос або продаж частини виробничого обладнання. Паралельно оборотні активи зросли на 26,85 %, досягнувши 92,4 % у загальній структурі, що вказує на посилення короткострокової ліквідності. Особливо вражаюче зросли грошові кошти - у понад 13 разів, що може бути наслідком активної реалізації продукції або залучення короткострокових кредитів.

Проте структура пасивів вказує на зростання залежності від зовнішніх джерел. Власний капітал скоротився на 13,54 %, а частка поточних зобов'язань зросла до 80,9 %. Зменшення нерозподіленого прибутку (-13,9 %) свідчить про зниження прибутковості або збільшення виплат. Співвідношення між власним і залученим капіталом змінилося на користь останнього, що може створювати ризики фінансової нестійкості. Загалом підприємство ДП «Ритм» ТОВ «Рост» демонструє активне збільшення оборотного капіталу, але за рахунок зменшення інвестиційної складової та зростання зобов'язань, що потребує подальшої уваги до ефективності управління фінансами.

Діагностика фінансових результатів діяльності підприємства є ключовим інструментом оцінки ефективності його функціонування. Вона дозволяє визначити рівень прибутковості, стабільність фінансових потоків та загальну конкурентоспроможність на ринку. Аналіз фінансових результатів дає змогу виявити тенденції зростання або зниження доходів, прибутку та витрат, а також сприяє своєчасному прийняттю управлінських рішень. Важливим аспектом є вивчення динаміки чистого доходу та прибутку, що відображає результативність господарської діяльності. Діагностика дає змогу встановити сильні й слабкі сторони фінансової політики підприємства. Вона також є основою для стратегічного планування, формування бюджету та оцінки інвестиційної привабливості. Фінансові результати діяльності напряду впливають на здатність

підприємства розвиватися, залучати інвесторів і забезпечувати соціальні гарантії працівникам. Регулярне здійснення такої діагностики сприяє підвищенню прозорості бізнес-процесів. У сучасних умовах мінливої ринкової кон'юнктури вона набуває ще більшого значення. Таким чином, аналіз фінансових результатів є важливою складовою управління економічною стабільністю та розвитком підприємства.

Механізм формування фінансових результатів діяльності підприємства ДП «Ритм» ТОВ «Рост» проаналізовано у табл. 2.6.

Таблиця 2.6

Механізм формування фінансових результатів діяльності  
підприємства ДП «Ритм» ТОВ «Рост», тис.грн.

| Показники                                                      | Роки    |         |         | 2024 р. до 2022 р. |        |
|----------------------------------------------------------------|---------|---------|---------|--------------------|--------|
|                                                                | 2022 р. | 2023 р. | 2024 р. | +, –               | %      |
| Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) | 277529  | 356479  | 371558  | 94029              | 33,88  |
| Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)   | 241817  | 313596  | 329132  | 87315              | 36,11  |
| Валовий прибуток                                               | 35712   | 42883   | 42426   | 6714               | 18,80  |
| Інші операційні доходи                                         | 8995    | 8755    | 11189   | 2194               | 24,39  |
| Адміністративні витрати                                        | 8635    | 10879   | 17244   | 8609               | 99,70  |
| Витрати на збут                                                | 10199   | 11661   | 15541   | 5342               | 52,38  |
| Інші операційні витрати                                        | 13327   | 11544   | 14271   | 944                | 7,08   |
| Фінансовий результат від операційної діяльності                | 12546   | 17554   | 6559    | -5987              | -47,72 |
| Інші витрати                                                   | 224     | 120     | 210     | -14                | -6,25  |
| Фінансовий результат до оподаткування                          | 12335   | 17477   | 6349    | -5986              | -48,53 |
| Чистий фінансовий результат                                    | 10093   | 14322   | 5184    | -4909              | -48,64 |

*Джерело: розраховано за даними фінансової звітності підприємства*

Аналіз фінансових результатів діяльності ДП «Ритм» ТОВ «Рост» за 2022–2024 роки свідчить про суперечливі тенденції. Незважаючи на зростання чистого доходу від реалізації продукції на 33,88%, чистий фінансовий результат у 2024 році знизився на 48,64% порівняно з 2022 роком. Основною причиною цього стала значна динаміка зростання собівартості реалізованої продукції - на 36,11%, що випереджає темпи зростання доходів. Валовий прибуток збільшився лише на 18,8%, що свідчить про зниження ефективності виробничої діяльності.

Операційні витрати також зросли, зокрема адміністративні майже вдвічі (+99,70%) та витрати на збут на 52,38%, що значно погіршило фінансовий результат від операційної діяльності. Він скоротився на 47,72% і склав лише 6559 тис. грн у 2024 році проти 12546 тис. грн у 2022 році. Незначне скорочення інших витрат (-6,25%) не змогло компенсувати загальний негативний тренд. В результаті фінансовий результат до оподаткування зменшився майже наполовину. Це свідчить про потребу в оптимізації витратної частини та підвищенні рентабельності діяльності. Загалом, попри зростання обсягів реалізації, прибутковість підприємства ДП «Ритм» ТОВ «Рост» суттєво погіршилася.

Динаміка показників оцінки фінансового стану підприємства ДП «Ритм» ТОВ «Рост» представлена у табл. 2.7.

Таблиця 2.7

Динаміка показників оцінки фінансового стану  
підприємства ДП «Ритм» ТОВ «Рост»

| Показники                                  | Роки    |         |         | 2024 р. до 2022 р. |        |
|--------------------------------------------|---------|---------|---------|--------------------|--------|
|                                            | 2022 р. | 2023 р. | 2024 р. | +, –               | %      |
| Коефіцієнт загальної ліквідності           | 1,18    | 1,21    | 1,14    | -0,04              | -3,13  |
| Коефіцієнт абсолютної ліквідності          | 0,00    | 0,00    | 0,04    | 0,04               | 100,00 |
| Чистий оборотний капітал, тис.грн.         | 27266   | 33992   | 28370   | 1104               | 4,05   |
| Коефіцієнт автономії                       | 0,26    | 0,26    | 0,19    | -0,07              | -27,47 |
| Коефіцієнт фінансової залежності           | 3,79    | 3,87    | 5,22    | 1,44               | 37,88  |
| Коефіцієнт фінансової стійкості            | 0,36    | 0,35    | 0,24    | -0,12              | -33,98 |
| Коефіцієнт оборотності активів             | 1,35    | 1,68    | 1,61    | 0,26               | 18,92  |
| Коефіцієнт оборотності власного капіталу   | 4,04    | 6,45    | 7,21    | 3,16               | 78,23  |
| Рентабельність господарської діяльності, % | 4,50    | 5,03    | 1,69    | -2,81              | x      |
| Рентабельність власного капіталу, %        | 14,70   | 25,93   | 10,05   | -4,65              | x      |
| Рентабельність продукції, %                | 6,48    | 6,05    | 2,66    | -3,81              | x      |

*Джерело: розраховано за даними фінансової звітності підприємства*

Аналіз показників фінансового стану ДП «Ритм» ТОВ «Рост» за 2022–2024 роки свідчить про змішані тенденції у фінансовій стабільності та ефективності діяльності підприємства. Коефіцієнт загальної ліквідності незначно знизився з 1,18 до 1,14, що вказує на дещо послаблену здатність покривати поточні зобов'язання. Водночас показник абсолютної ліквідності зріс з 0 до 0,04, що є

позитивною динамікою, але його рівень залишається дуже низьким. Чистий оборотний капітал за три роки виріс на 4,05%, що свідчить про деяке зміцнення поточної платоспроможності. Натомість суттєве погіршення спостерігається за показниками фінансової незалежності: коефіцієнт автономії знизився до 0,19, а фінансової залежності зріс до 5,22, що означає істотне домінування позикового капіталу над власним. Коефіцієнт фінансової стійкості також знизився на 33,98%, що сигналізує про підвищений ризик втрати платоспроможності. Хоча оборотність активів покращилась на 18,92%, зростання оборотності власного капіталу на 78,23% зумовлене, скоріше за все, зменшенням самого капіталу. Рентабельність господарської діяльності впала до 1,69%, а рентабельність продукції - до 2,66%, що свідчить про істотне зниження прибутковості. Також спостерігається падіння рентабельності власного капіталу майже вдвічі, що може викликати занепокоєння серед інвесторів. Загалом підприємство ДП «Ритм» ТОВ «Рост» демонструє ознаки зниження фінансової стійкості та ефективності, що вимагає негайних управлінських рішень для стабілізації.

Таким чином, можна зробити висновок, що економічний стан ДП «Ритм» ТОВ «Рост» характеризується суперечливими тенденціями. З одного боку, підприємство демонструє зростання чистого доходу та обсягів активів, що свідчить про розширення діяльності. З іншого боку, спостерігається суттєве зниження прибутковості, рентабельності та фінансової стійкості. Погіршення показників автономії та зростання фінансової залежності вказують на посилення кредитного навантаження. Для забезпечення перспектив економічного розвитку підприємству необхідно оптимізувати витрати, посилити контроль за дебіторською заборгованістю та активізувати інвестиційну діяльність. За умови впровадження ефективної фінансової стратегії та підвищення операційної ефективності ДП «Ритм» ТОВ «Рост» має потенціал стабілізації та подальшого зростання.

### 2.3. Оцінка конкурентоспроможності продукції підприємства

Підприємство ДП «Ритм» ТОВ «Рост» функціонує на ринку виробництва фанери, дерев'яних плит і панелей, шпону, а саме в сегменті фанери та деревостружкових плит.

Характеристика асортименту продукції, що виготовляється ДП «Ритм» ТОВ «Рост» представлена у табл. 2.8.

Таблиця 2.8

Характеристика асортименту продукції, що виготовляється  
ДП «Ритм» ТОВ «Рост»

| Назва продукції             | Коротка характеристика                                                                       | Призначення / сфери використання                           |
|-----------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|
| Фанера будівельна           | Багатошаровий листовий матеріал на основі деревини, клеєний синтетичними смолами             | Будівництво, опалубка, пакування, меблева промисловість    |
| Фанера вологостійка (ФСФ)   | Фанера з підвищеною стійкістю до вологи завдяки спеціальним водостійким клеям                | Зовнішні роботи, транспортне пакування, покрівельні роботи |
| Фанера ламінована           | Покрита захисним ламінованим шаром, стійка до зносу, вологи, хімічних речовин                | Опалубка, будівництво, виготовлення причепів, контейнерів  |
| ДСП (деревостружкова плита) | Плита з пресованих деревних стружок, пов'язана синтетичними смолами                          | Виготовлення меблів, внутрішнє оздоблення                  |
| Шпон луцений                | Тонкі листи деревини, отримані методом луцення, які використовуються для виготовлення фанери | Виробництво фанери, декоративне облицювання                |
| Відходи деревовиробництва   | Обрізки, тирса, дрібні фракції                                                               | Паливо, сировина для брикетів або пелет, агросектор        |

*Джерело: складено автором за даними підприємства*

Асортимент продукції ДП «Ритм» ТОВ «Рост» охоплює основні позиції деревообробної промисловості, зокрема фанеру різних типів, деревостружкові плити та шпон. Продукція підприємства використовується у будівництві, меблевій промисловості, транспорті та оздоблювальних роботах. Значна частина виробів має вологостійкі або ламіновані властивості, що розширює сфери їх застосування. Окрім основної продукції, підприємство реалізує й деревні відходи, які можуть бути використані як паливо або вторинна сировина. Такий

асортимент свідчить про універсальність виробництва та орієнтацію на потреби різних галузей.

Визначення параметрів формування асортиментної політики підприємства ДП «Ритм» ТОВ «Рост» представлено у табл. 2.9.

Таблиця 2.9

Визначення параметрів формування асортиментної політики  
підприємства ДП «Ритм» ТОВ «Рост»

| Широта асортименту         | Глибина асортименту                 | Насиченість асортименту | Оновлювання асортименту |
|----------------------------|-------------------------------------|-------------------------|-------------------------|
| Фанера                     | Вологостійка, ламінована, шліфувана | 6 видів                 | 1 раз на 12 місяців     |
| Деревостружкові плити      | Шліфовані, ламіновані               | 5 видів                 | 1 раз на 10 місяців     |
| Шпон                       | Натуральний, строганий              | 4 види                  | 1 раз на 14 місяців     |
| Деревні відходи            | Тирса, тріска, обапіл               | 3 види                  | За потребою             |
| Будівельні плити (ДСП/OSB) | Конструкційні, підлогові            | 3 види                  | 1 раз на 18 місяців     |
| Допоміжна продукція        | Заготовки, комплектуючі             | 2 види                  | За потребою             |

*Джерело: складено автором за даними підприємства*

Отже, асортиментна політика ДП «Ритм» ТОВ «Рост» є достатньо широкою та охоплює ключові напрями деревообробної промисловості. Основу асортименту складають фанера, деревостружкові плити та шпон, що мають різні модифікації за видами обробки, міцності та призначенням. Насиченість асортименту свідчить про здатність підприємства задовольняти потреби як великих виробничих споживачів, так і роздрібного ринку. Оновлення продукції здійснюється переважно раз на рік, що вказує на прагнення підприємства адаптуватись до змін ринкової кон'юнктури. Також підприємство пропонує супутню продукцію, зокрема відходи деревообробки, що свідчить про ефективне використання ресурсів. Загалом, сформований асортимент забезпечує конкурентоспроможність ДП «Ритм» ТОВ «Рост» на внутрішньому ринку та потенціал для подальшого розвитку.

Ринок виробництва фанери та деревостружкових плит у Житомирській області являє собою динамічний та конкурентний сектор деревообробної промисловості, що постійно адаптується до змін попиту та технологічного

розвитку. Основними гравцями на ринку є кілька великих підприємств, серед яких лідируючу позицію займає ДП «Ритм» ТОВ «Рост». Його стабільне зростання обсягів виробництва та ринкової частки свідчить про ефективну стратегію управління, модернізацію виробництва та орієнтацію на потреби споживачів. Конкуренція в галузі зберігається досить високою, особливо з боку підприємств, які спеціалізуються на вузькому асортименті продукції. Водночас відбувається поступова консолідація ринку - частка «інших» виробників зменшується, що вказує на укрупнення гравців і посилення домінування найбільш ефективних підприємств.

Розподіл ринку Житомирської області за обсягом реалізації фанери та деревостружкових плит представлено у табл. 2.10.

Таблиця 2.10

Розподіл ринку Житомирської області за обсягом реалізації  
фанери та деревостружкових плит

| Назва підприємства      | Обсяг реалізації, тис. т |      |          |      |          |      |
|-------------------------|--------------------------|------|----------|------|----------|------|
|                         | 2022 р.                  |      | 2023 р.  |      | 2024 р.  |      |
|                         | тис. тон                 | %    | тис. тон | %    | тис. тон | %    |
| ДП «Ритм» ТОВ «Рост»    | 17,5                     | 24,2 | 21,8     | 27,0 | 26,4     | 30,0 |
| ТОВ «Житомирліс»        | 20,1                     | 27,8 | 20,5     | 25,4 | 21,3     | 24,2 |
| ТОВ «Фанера Плюс»       | 12,3                     | 17,0 | 13,4     | 16,6 | 14,2     | 16,1 |
| ПрАТ «Коростень дерево» | 10,2                     | 14,1 | 9,7      | 12,0 | 10,0     | 11,4 |
| ТОВ «Поліссяпанель»     | 5,0                      | 6,9  | 5,3      | 6,6  | 5,4      | 6,1  |
| Інші підприємства       | 7,0                      | 10,0 | 10,0     | 12,4 | 10,9     | 12,2 |
| Разом                   | 72,1                     | 100  | 80,7     | 100  | 88,2     | 100  |

*Джерело: складено автором на основі власних досліджень*

У 2024 році ринок фанери та деревостружкових плит у Житомирській області демонструє помірне зростання, збільшившись до 88,2 тис. тонн. Найбільшу частку на ринку займає ДП «Ритм» ТОВ «Рост», яка зросла до 30,0%, що свідчить про успішне зміцнення позицій підприємства. Його конкуренти, зокрема ТОВ «Житомирліс» та ТОВ «Фанера Плюс», поступово втрачають частку ринку, незважаючи на стабільні обсяги виробництва. Загальна динаміка свідчить про посилення конкуренції та необхідність інновацій для збереження ринкових позицій. Також видно, що інші підприємства активізують свою

діяльність, поступово нарощуючи обсяги виробництва. Таким чином, ДП «Ритм» ТОВ «Рост» має всі передумови для подальшого розширення своєї частки на ринку за умови збереження темпів розвитку.

Ринок фанери та деревостружкових плит у Житомирській області характеризується високим рівнем конкуренції та поступовою модернізацією виробництва. ДП «Ритм» ТОВ «Рост» займає провідні позиції завдяки широкому асортименту, сучасним технологіям та стабільній якості продукції.

Порівняння конкурентоспроможності продукції ДП «Ритм» ТОВ «Рост» з іншими виробниками Житомирської області представлено у табл. 2.11.

Таблиця 2.11

Порівняння конкурентоспроможності продукції ДП «Ритм» ТОВ «Рост» з іншими виробниками Житомирської області

| Критерії конкурентоспроможності  | ДП «Ритм» ТОВ «Рост»                         | Інші виробники                          | Переваги ДП «Ритм» ТОВ «Рост»                          |
|----------------------------------|----------------------------------------------|-----------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| 1                                | 2                                            | 3                                       | 4                                                      |
| Якість продукції                 | Висока, відповідає європейським стандартам   | Середня, іноді не відповідає стандартам | Стабільна якість, що підвищує довіру клієнтів          |
| Асортимент продукції             | Широкий вибір фанери та плит різних типів    | Обмежений асортимент                    | Більший вибір для задоволення різних потреб замовників |
| Ціна                             | Конкурентна, оптимальна для ринку            | Деяко вища або менш гнучка              | Краща цінова політика, що стимулює збут                |
| Технологічний рівень виробництва | Сучасне обладнання та автоматизація процесів | Частково застаріле обладнання           | Вища ефективність і менші витрати виробництва          |
| Логістика та постачання          | Власна мережа поставок, швидка доставка      | Залежність від сторонніх постачальників | Надійність і оперативність виконання замовлень         |
| Екологічність                    | Використання екологічних матеріалів          | Менша увага до екології                 | Відповідність сучасним вимогам ринку та законодавства  |
| Репутація на ринку               | Позитивні відгуки, міцні ділові зв'язки      | Менш відома                             | Краща впізнаваність і довіра споживачів                |
| Підтримка клієнтів               | Сервісне обслуговування, консультації        | Обмежена підтримка                      | Вища лояльність замовників                             |

Продовження таблиці 2.11

|   |   |   |   |
|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
|---|---|---|---|

| Інновації              | Постійне впровадження нових технологій | Консервативний підхід | Перевага у продуктивності та якості                |
|------------------------|----------------------------------------|-----------------------|----------------------------------------------------|
| Фінансова стабільність | Стабільний розвиток, інвестиції        | Фінансові коливання   | Надійність партнерства і впевненість у постачаннях |

*Джерело: складено автором на основі власних досліджень*

Отже, порівняно з іншими виробниками, підприємство демонструє вищу екологічність, ефективну логістику та гнучку цінову політику. Це забезпечує йому стійке зростання попиту та зміцнення ринкових позицій. Узагальнюючи, ДП «Ритм» ТОВ «Рост» є прикладом успішного поєднання інновацій, якості та клієнтоорієнтованості в деревообробній галузі регіону.

Конкурентні переваги в характеристиках продукції підприємства ДП «Ритм» ТОВ «Рост» полягають у таких ключових аспектах (рис. 2.2).

| Конкурентні переваги в характеристиках продукції ДП «Ритм» ТОВ «Рост» |                                                                                                                                                                                                                         |
|-----------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| →                                                                     | 1. Висока якість продукції – фанера та деревостружкові плити відповідають державним і міжнародним стандартам, мають сертифікати відповідності та проходять ретельний контроль на кожному етапі виробництва.             |
| →                                                                     | 2. Стійкість і довговічність – продукція відзначається високою міцністю, зносостійкістю і стабільністю геометричних параметрів, що робить її придатною для використання в будівництві, меблевій та пакувальній галузях. |
| →                                                                     | 3. Екологічна безпека – підприємство використовує низькоемісійні клеї та сировину з контрольованих джерел, що дозволяє виготовляти продукцію з низьким рівнем формальдегіду (клас E0, E1).                              |
| →                                                                     | 4. Широкий асортимент – ДП «Ритм» пропонує фанеру різних порід деревини (вільха, береза, сосна), різної товщини, вологостійкості, шліфування та формату, що дозволяє задовольняти потреби різних сегментів споживачів.  |
| →                                                                     | 5. Сучасні технології виробництва – на підприємстві впроваджено автоматизовані лінії європейського зразка, що забезпечує стабільність якості, зменшення витрат та підвищення ефективності виробництва.                  |
| →                                                                     | 6. Індивідуальний підхід до клієнтів – можливість виготовлення продукції під замовлення за специфікацією клієнта, гнучкі умови поставки та системи знижок сприяють формуванню довготривалих партнерських відносин.      |

Рис. 2.2. Конкурентні переваги в характеристиках продукції  
ДП «Ритм» ТОВ «Рост»

*Джерело: складено автором на основі власних досліджень*

Визначені переваги роблять продукцію підприємства ДП «Ритм»

ТОВ «Рост» конкурентоспроможною не лише на внутрішньому, а й на зовнішньому ринку.

Оцінювання конкурентоспроможності деревопереробної продукції ДП «Ритм» ТОВ «Рост» потрібно здійснювати в декілька етапів з метою одержання інтегрального показника рівня її конкурентоспроможності.

Результати оцінювання споживчих характеристик продукції у сегменті фанери та деревостружкових плит, представленої на ринку м. Житомира представлено у табл. 2.12.

Таблиця 2.12

Споживчі характеристики продукції у сегменті фанери та  
деревостружкових плит

| Показник                        | Коефі-<br>цієнт<br>ваго-<br>мості | ДП «Ритм»<br>ТОВ «Рост» |          | ТОВ<br>«Житомирліс» |          | ТОВ «Фанера<br>Плюс» |          | ПрАТ<br>«Коростень<br>дерево» |          |
|---------------------------------|-----------------------------------|-------------------------|----------|---------------------|----------|----------------------|----------|-------------------------------|----------|
|                                 |                                   | оцінка                  | значення | оцінка              | значення | оцінка               | значення | оцінка                        | значення |
| Міцність та довговічність       | 0,3                               | 4                       | 1,2      | 4                   | 1,2      | 4                    | 1,2      | 4                             | 1,2      |
| Екологічна безпека              | 0,1                               | 5                       | 0,5      | 5                   | 0,5      | 5                    | 0,5      | 5                             | 0,5      |
| Зовнішній вигляд                | 0,2                               | 3                       | 0,6      | 5                   | 1,0      | 3                    | 0,6      | 5                             | 1,0      |
| Вологостійкість                 | 0,1                               | 4                       | 0,4      | 4                   | 0,4      | 4                    | 0,4      | 5                             | 0,5      |
| Різноманітність форм і розмірів | 0,1                               | 5                       | 0,5      | 5                   | 0,5      | 5                    | 0,5      | 4                             | 0,4      |
| Ціна                            | 0,2                               | 4                       | 0,8      | 3                   | 0,6      | 4                    | 0,8      | 3                             | 0,6      |
| Разом                           | 1                                 | 25                      | 4,0      | 26                  | 4,2      | 24                   | 4,0      | 25                            | 4,2      |

*Джерело: складено автором на основі даних підприємства та власних досліджень*

Аналіз споживчих характеристик продукції підприємств сегменту фанери та деревостружкових плит показав, що найвищу зважену оцінку – 4,2 – отримали ТОВ «Житомирліс» та ПрАТ «Коростень дерево». Підприємство ДП «Ритм» ТОВ «Рост» та ТОВ «Фанера Плюс» мають дещо нижчу оцінку – 4,0, що свідчить про конкурентоспроможність, проте з потенціалом для вдосконалення. Найсильнішими сторонами ДП «Ритм» є міцність, вологостійкість і екологічність, а найслабшим – зовнішній вигляд. У конкурентів помітна перевага

саме в естетичних характеристиках та асортименті. Загалом, усі учасники ринку мають подібний рівень якості, однак лідери демонструють трохи вищі споживчі переваги.

Результати оцінювання маркетингових характеристик продукції у сегменті фанери та деревостружкових плит, представленої на ринку м. Житомира представлено у табл. 2.13.

Таблиця 2.13

Маркетингові характеристики продукції у сегменті фанери та  
деревостружкових плит

| Показник                    | Коефі-<br>цієнт<br>ваго-<br>мості | ДП «Ритм»<br>ТОВ «Рост» |          | ТОВ<br>«Житомирліс» |          | ТОВ «Фанера<br>Плюс» |          | ПрАТ<br>«Коростень<br>дерево» |          |
|-----------------------------|-----------------------------------|-------------------------|----------|---------------------|----------|----------------------|----------|-------------------------------|----------|
|                             |                                   | оцінка                  | значення | оцінка              | значення | оцінка               | значення | оцінка                        | значення |
| Цінова<br>привабливіст<br>ь | 0,15                              | 4                       | 0,6      | 5                   | 0,75     | 5                    | 0,75     | 3                             | 0,45     |
| Якість<br>продукції         | 0,20                              | 4                       | 0,8      | 5                   | 0,8      | 5                    | 1,0      | 3                             | 0,6      |
| Асортимент                  | 0,15                              | 5                       | 0,75     | 5                   | 0,75     | 4                    | 0,75     | 3                             | 0,45     |
| Брендова<br>впізнаваність   | 0,25                              | 4                       | 1,0      | 5                   | 1,0      | 4                    | 1,25     | 3                             | 0,75     |
| Репутація<br>виробника      | 0,1                               | 4                       | 0,5      | 5                   | 0,5      | 5                    | 0,3      | 4                             | 0,4      |
| Логістика та<br>доступність | 0,15                              | 4                       | 0,6      | 4                   | 0,75     | 4                    | 0,6      | 3                             | 0,45     |
| Разом                       | 1                                 | 26                      | 4,25     | 28                  | 4,55     | 27                   | 4,65     | 19                            | 3,1      |

*Джерело: складено автором на основі даних підприємства та власних досліджень*

Аналіз маркетингових характеристик продукції у сегменті фанери та деревостружкових плит показує, що найвищу сумарну оцінку отримало ТОВ «Фанера Плюс» – 4,65 бала, завдяки високим оцінкам за якість, бренд та логістику. Друге місце посідає ТОВ «Житомирліс» із результатом 4,55 бала, що свідчить про сильну позицію на ринку. ДП «Ритм» ТОВ «Рост» отримало 4,25 бала, що є конкурентним показником, але потребує покращення в аспектах якості та брендової впізнаваності. ПрАТ «Коростень дерево» має найнижчий результат - 3,1 бала, що свідчить про відносно слабку маркетингову позицію на

ринку. Загалом, усі підприємства мають потенціал для зміцнення ринкової стратегії через підвищення якості продукції та активнішу роботу над брендом.

Результати оцінювання асортиментної конкурентоспроможності продукції у сегменті фанери та деревостружкових плит, представленої на ринку м. Житомира представлено у табл. 2.14.

Таблиця 2.14

Асортиментні характеристики продукції у сегменті фанери та  
деревостружкових плит

| Показник      | Коефіцієнт вагомості | ДП «Ритм» ТОВ «Рост» |          | ТОВ «Житомирліс» |          | ТОВ «Фанера Плюс» |          | ПрАТ «Коростень дерево» |          |
|---------------|----------------------|----------------------|----------|------------------|----------|-------------------|----------|-------------------------|----------|
|               |                      | оцінка               | значення | оцінка           | значення | оцінка            | значення | оцінка                  | значення |
| Ширина        | 0,2                  | 4                    | 0,8      | 5                | 1,0      | 3                 | 0,6      | 4                       | 0,8      |
| Глибина       | 0,25                 | 3                    | 0,75     | 4                | 1,0      | 2                 | 0,5      | 3                       | 0,75     |
| Насиченість   | 0,25                 | 4                    | 1,0      | 4                | 1,0      | 2                 | 0,5      | 3                       | 0,75     |
| Гармонічність | 0,15                 | 5                    | 0,75     | 5                | 0,75     | 5                 | 0,75     | 5                       | 0,75     |
| Оновлення     | 0,2                  | 4                    | 0,8      | 4                | 0,8      | 3                 | 0,6      | 4                       | 0,8      |
| Разом         | 1                    | 20                   | 4,1      | 22               | 4,55     | 15                | 2,95     | 19                      | 3,85     |

*Джерело: складено автором на основі даних підприємства та власних досліджень*

Аналіз асортиментних характеристик показує, що найкращі позиції має ТОВ «Житомирліс» із загальним балом 4,55, завдяки високій ширині та глибині асортименту. ДП «Ритм» ТОВ «Рост» посідає друге місце з результатом 4,1 бала, демонструючи збалансовані показники за всіма критеріями. ПрАТ «Коростень дерево» має нижчий результат – 3,85 бала, а найменшу асортиментну конкурентоспроможність виявляє ТОВ «Фанера Плюс» із 2,95 бала. Таким чином, розширення глибини та насиченості асортименту є актуальним напрямом розвитку для підприємств із нижчими оцінками.

Підсумовуючи проведене дослідження розрахуємо інтегральний показник конкурентоспроможності продукції у сегменті фанери та деревостружкових плит, представленої на ринку м. Житомира (табл. 2.15).

Аналіз інтегрального показника конкурентоспроможності продукції у сегменті фанери та деревостружкових плит показав, що лідером ринку є ТОВ «Житомирліс» з найвищим показником - 4,43. Другу позицію займає ДП «Ритм»

ТОВ «Рост» із результатом 4,12, демонструючи стабільні оцінки за всіма категоріями.

Таблиця 2.15

Інтегральний показник конкурентоспроможності продукції у сегменті фанери та деревостружкових плит, представленої на ринку м. Житомира

| Показник                             | ДП «Ритм»<br>ТОВ «Рост» | ТОВ<br>«Житомирліс» | ТОВ «Фанера<br>Плюс» | ПрАТ<br>«Коростень<br>дерево» |
|--------------------------------------|-------------------------|---------------------|----------------------|-------------------------------|
| Споживчі характеристики              | 4,0                     | 4,2                 | 4,0                  | 4,2                           |
| Маркетингові характеристики          | 4,25                    | 4,55                | 4,65                 | 3,1                           |
| Зведений показник оцінки асортименту | 4,1                     | 4,55                | 2,95                 | 3,85                          |
| Інтегральний показник                | 4,12                    | 4,43                | 3,87                 | 3,72                          |
| Рейтинг                              | 2                       | 1                   | 3                    | 4                             |

*Джерело: складено автором на основі даних підприємства та власних досліджень*

ТОВ «Фанера Плюс» хоч і має високі маркетингові характеристики (4,65), проте поступається конкурентам через слабкі асортиментні показники. Найнижчий інтегральний показник у ПрАТ «Коростень дерево» - 3,72, що зумовлено низькою оцінкою за маркетинговими параметрами. Отже, конкурентоспроможність підприємств на ринку значною мірою залежить від збалансованості споживчих, маркетингових та асортиментних характеристик.

Таким чином, загальний аналіз показників конкурентоспроможності продукції підприємства ДП «Ритм» ТОВ «Рост» свідчить про достатньо стабільні позиції на ринку фанери та деревостружкових плит. Підприємство займає друге місце серед основних конкурентів у м. Житомир, що свідчить про високий рівень споживчих та маркетингових характеристик продукції. Асортимент компанії є досить збалансованим, хоча деякі аспекти, як-от глибина та насиченість, потребують вдосконалення. Високі оцінки за такими критеріями, як екологічна безпека, натуральність, брендова впізнаваність та логістика, підкреслюють орієнтованість підприємства на якість і споживчі потреби. Для зміцнення ринкових позицій доцільно зосередити зусилля на розширенні асортименту та активізації маркетингових заходів. У цілому, рівень конкурентоспроможності

продукції ДП «Ритм» ТОВ «Рост» можна охарактеризувати як високий, із позитивною динамікою розвитку.

## **2.4. Напрями підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства**

У сучасних умовах динамічного розвитку ринку будівельних матеріалів, зокрема у сегменті фанери та деревостружкових плит, підвищення конкурентоспроможності продукції є ключовим фактором забезпечення стабільного розвитку підприємства. ДП «Ритм» ТОВ «Рост», як один із учасників ринку, зіштовхується з жорсткою конкуренцією як з боку місцевих, так і національних виробників. Високі вимоги споживачів до якості, асортименту, ціни та екологічності продукції змушують підприємства постійно вдосконалювати виробничі процеси й маркетингові стратегії. Підвищення конкурентоспроможності продукції дозволяє підприємству не лише зберегти наявні позиції на ринку, але й розширити ринки збуту, вийти на нові сегменти та залучити нових клієнтів [37].

Успішна конкуренція потребує системного підходу до управління якістю, оновлення асортименту, вдосконалення логістики та підвищення рівня сервісу. Важливим є також створення впізнаваного бренду, що асоціюється з надійністю та якістю [55]. Аналіз ринку показує, що попит на фанерну продукцію зростає, особливо у напрямку екологічно безпечних і довговічних матеріалів. Тому ДП «Ритм» ТОВ «Рост» має значний потенціал для посилення своїх конкурентних переваг. Вивчення сильних і слабких сторін підприємства дозволить визначити шляхи вдосконалення продукції та забезпечити її відповідність сучасним ринковим запитам. Саме тому підвищення конкурентоспроможності продукції має стати пріоритетним напрямом діяльності підприємства [77].

Визначення перспектив розвитку конкурентоспроможності продукції ДП «Ритм» ТОВ «Рост» є важливим кроком для забезпечення стійких позицій підприємства на ринку фанери та деревостружкових плит. У сучасних умовах жорсткої конкуренції та постійних змін у споживчих вподобаннях підприємства повинні оперативно реагувати на виклики та використовувати свої сильні сторони.

Методика SWOT-аналізу дозволяє всебічно оцінити внутрішні ресурси і можливості компанії, а також виявити зовнішні загрози і перспективи розвитку. Застосування цього інструменту сприяє формуванню ефективної стратегії, що підвищить конкурентоспроможність продукції і зміцнить позиції підприємства на ринку. SWOT-аналіз допомагає визначити пріоритетні напрямки розвитку та оптимально розподілити ресурси для досягнення стратегічних цілей [30; 43]. Тому його використання є доцільним для комплексного аналізу та планування подальшого зростання ДП «Ритм» ТОВ «Рост».

Розробка матриці SWOT-аналізу для формування стратегії розвитку конкурентоспроможності продукції ДП «Ритм» ТОВ «Рост» представлена у табл. 2.16.

Таблиця 2.16

Результати SWOT-аналізу для формування стратегії розвитку  
конкурентоспроможності продукції ДП «Ритм» ТОВ «Рост»

| Внутрішні фактори                              | Зовнішні фактори                                           |
|------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|
| Сильні сторони (Strengths)                     | Можливості (Opportunities)                                 |
| - висока якість продукції                      | - зростання попиту на екологічні матеріали                 |
| - широкий асортимент продукції                 | - розширення ринків збуту, зокрема експорт                 |
| - висока екологічна безпека продукції          | - підвищення уваги споживачів до натуральності             |
| - налагоджена система логістики та постачання  | - державна підтримка розвитку деревообробної промисловості |
| Слабкі сторони (Weaknesses)                    | Загрози (Threats)                                          |
| - недостатня брендова впізнаваність            | - посилення конкуренції з боку великих виробників          |
| - обмежені фінансові ресурси для масштабування | - коливання цін на сировину                                |
| - обмежена маркетингова активність             | - зміни законодавства, що впливають на виробництво         |
| - недостатній рівень інновацій у виробництві   | - зростання вимог до сертифікації та стандартів            |

*Джерело: складено автором на основі даних підприємства та власних досліджень*

Отже, SWOT-аналіз ДП «Ритм» ТОВ «Рост» дозволяє всебічно оцінити внутрішні сильні та слабкі сторони підприємства, а також зовнішні можливості і загрози. До сильних сторін відносяться висока якість продукції, широкий асортимент і екологічна безпека, що забезпечують конкурентні переваги на ринку. Основними слабкостями є обмежена брендова впізнаваність і недостатня

маркетингова активність. Зовнішні можливості включають зростання попиту на екологічні матеріали та підтримку держави в деревообробній галузі. Загрози становлять посилення конкуренції, коливання цін на сировину та посилення вимог до стандартів і сертифікації.

За результатами проведеного дослідження можна зробити узагальнення щодо основних недоліків існуючої системи формування конкурентоспроможності продукції ДП «Ритм» ТОВ «Рост» (табл. 2.17).

Таблиця 2.17

Узагальнення недоліків існуючої системи формування  
конкурентоспроможності продукції ДП «Ритм» ТОВ «Рост»

| Недолік                            | Опис проблеми                                                 | Вплив на конкурентоспроможність                    | Можливі наслідки                           |
|------------------------------------|---------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|--------------------------------------------|
| Обмежена брендова впізнаваність    | Недостатня популярність бренду серед споживачів               | Знижує привабливість продукції для нових клієнтів  | Втрата частки ринку на користь конкурентів |
| Недостатня маркетингова активність | Низький рівень рекламних та промоційних заходів               | Обмежує можливості залучення нових покупців        | Зменшення обсягів продажів                 |
| Відсутність інноваційних рішень    | Обмежений асортимент з точки зору нових форм і технологій     | Знижує здатність задовольняти змінні потреби ринку | Втрата конкурентних переваг                |
| Недосконала логістика              | Проблеми з доступністю продукції на ринку                     | Ускладнює своєчасне постачання та збут             | Втрата клієнтів через низьку доступність   |
| Висока залежність від сировини     | Колівання цін і доступності деревини впливають на виробництво | Підвищує собівартість та нестабільність цін        | Зменшення маржі та прибутковості           |

*Джерело: складено автором на основі власних досліджень*

Основні недоліки системи формування конкурентоспроможності продукції ДП «Ритм» ТОВ «Рост» включають обмежену брендову впізнаваність та недостатню маркетингову активність. Це призводить до зниження привабливості продукції для нових клієнтів і втрати частки ринку. Відсутність інноваційних рішень обмежує здатність підприємства адаптуватися до змінних потреб ринку.

Проблеми з логістикою ускладнюють своєчасне постачання продукції, що негативно впливає на доступність товарів. Крім того, висока залежність від сировини створює нестабільність у виробництві та собівартості продукції.

Забезпечення зростання конкурентоспроможності продукції ДП «Ритм» ТОВ «Рост» можливо досягати на основі використання методів та інструментів організації виробництва, одним з яких є діаграма Ісікави (рис. 2.3).



Рис. 2.3. Напрями підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства ДП «Ритм» ТОВ «Рост» на основі використання організаційних резервів (діаграма Ісікави)

Джерело: розроблено автором

У сучасних умовах жорсткої конкуренції на ринку фанери та деревостружкових плит підвищення конкурентоспроможності продукції є

ключовим фактором успішного розвитку підприємства. Недоліки існуючої системи формування конкурентоспроможності ДП «Ритм» ТОВ «Рост» негативно впливають на його позиції на ринку та можливості розширення збуту. Тому виникає нагальна потреба у розробці комплексного заходів, спрямованих на усунення виявлених проблем і підвищення ефективності маркетингових та виробничих процесів. Це дозволить зміцнити ринкові позиції підприємства та забезпечити стабільний розвиток у довгостроковій перспективі.

Комплекс заходів для усунення недоліків у системі формування конкурентоспроможності продукції ДП «Ритм» ТОВ «Рост» представлено у табл. 2.18.

Таблиця 2.18

Комплекс заходів для усунення недоліків у системі формування  
конкурентоспроможності продукції ДП «Ритм» ТОВ «Рост»

| Недолік системи                                    | Комплекс заходів                                                                                      | Очікуваний результат                                           | Відповідальний підрозділ                     |
|----------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|
| Недостатній рівень цінової привабливості продукції | Провести аналіз цін конкурентів, оптимізувати собівартість, впровадити систему гнучкого ціноутворення | Підвищення конкурентоспроможності за ціною                     | Відділ маркетингу, фінансовий відділ         |
| Недостатня маркетингова підтримка                  | Запровадити рекламні кампанії, підвищити впізнаваність бренду, покращити онлайн-присутність           | Збільшення обізнаності споживачів і попиту                     | Відділ маркетингу                            |
| Обмежений асортимент продукції                     | Розширити асортимент за рахунок нових форматів та розмірів фанери і плит                              | Залучення нових сегментів ринку                                | Відділ виробництва, відділ розвитку продукту |
| Слабка логістика та доступність продукції          | Оптимізувати систему постачання, покращити складські процеси, впровадити систему контролю запасів     | Зменшення термінів доставки, підвищення задоволеності клієнтів | Відділ логістики                             |
| Недостатня екологічна безпека                      | Використовувати екологічно чисті матеріали, впровадити сертифікацію якості та екологічності продукції | Підвищення репутації та привабливості продукції                | Відділ контролю якості, відділ виробництва   |

*Джерело: розроблено автором*

Отже, для підвищення конкурентоспроможності продукції ДП «Ритм» ТОВ «Рост» необхідно усунути існуючі недоліки у ціновій політиці, асортименті, маркетинговій підтримці, логістиці та екологічності виробництва. Оптимізація ціноутворення дозволить зробити продукцію більш привабливою для споживачів. Розширення асортименту сприятиме залученню нових сегментів ринку і підвищенню попиту. Покращення маркетингових заходів і підвищення впізнаваності бренду допоможуть збільшити обсяги продажів. Крім того, удосконалення логістики та впровадження екологічних стандартів зміцнять репутацію підприємства і задовольнять зростаючі вимоги ринку.

Результати експертного оцінювання доцільності впровадження альтернативних напрямів формування конкурентоспроможності продукції ДП «Ритм» ТОВ «Рост» представлено у табл. 2.19.

Таблиця 2.19

Експертне оцінювання доцільності впровадження альтернативних напрямів формування конкурентоспроможності продукції ДП «Ритм» ТОВ «Рост»

| Критерії оцінки                | Коефіцієнт вагомості | Альтернативний варіант    |                                  |                         |                              |                                |
|--------------------------------|----------------------|---------------------------|----------------------------------|-------------------------|------------------------------|--------------------------------|
|                                |                      | Розвиток цінової політики | Розвиток маркетингової підтримки | Управління асортиментом | Розвиток логістичної системи | Формування екологічної безпеки |
| Збільшення прибутку            | 0,18                 | 5                         | 5                                | 5                       | 3                            | 5                              |
| Витрати                        | 0,16                 | 2                         | 4                                | 2                       | 4                            | 1                              |
| Термін окупності               | 0,14                 | 2                         | 4                                | 3                       | 3                            | 2                              |
| Збільшення ринкової частки     | 0,2                  | 5                         | 5                                | 4                       | 3                            | 3                              |
| Підвищення іміджу підприємства | 0,14                 | 5                         | 5                                | 5                       | 3                            | 5                              |
| Залучення нових покупців       | 0,18                 | 5                         | 5                                | 3                       | 3                            | 3                              |
| Разом                          | 1                    | 4,10                      | 5,70                             | 3,68                    | 3,16                         | 3,18                           |

*Джерело: розроблено автором*

За результатами проведеної оцінки встановлено, що найбільш перспективним напрямом розвитку конкурентоспроможності продукції

ДП «Ритм» ТОВ «Рост» є розвиток маркетингової підтримки, а саме:

- запровадити рекламні кампанії;
- підвищити впізнаваність бренду;
- покращити онлайн-присутність.

Для ДП «Ритм» ТОВ «Рост» підвищення рівня впізнаваності бренду є важливим чинником зміцнення позицій на ринку та розширення клієнтської бази. З цією метою розроблено проєкт рекламної кампанії, спрямований на популяризацію продукції підприємства. Реалізація запропонованих заходів дозволить сформувати позитивний імідж бренду, активізувати маркетингову присутність і підвищити конкурентоспроможність продукції.

Проєкт рекламної кампанії для популяризації бренду продукції ДП «Ритм» ТОВ «Рост», спрямованої на підвищення її конкурентоспроможності наведено у табл. 2.20.

Таблиця 2.20

Проєкт рекламної кампанії для популяризації бренду продукції ДП «Ритм» ТОВ «Рост», спрямованої на підвищення її конкурентоспроможності

| Назва заходу                           | Мета                                                        | Цільова аудиторія                                 | Інструменти реалізації                                    | Термін виконання | Очікуваний результат                                              |
|----------------------------------------|-------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|------------------|-------------------------------------------------------------------|
| 1                                      | 2                                                           | 3                                                 | 4                                                         | 5                | 6                                                                 |
| Створення фірмового стилю              | Формування візуальної ідентичності бренду                   | Оптові покупці, дилери, архітектори, будівельники | Розробка логотипу, слогану, брендбуку                     | 1 місяць         | Підвищення впізнаваності бренду серед споживачів                  |
| Рекламна кампанія у соціальних мережах | Просування продукції через популярні платформи              | Молоді підприємці, дизайнери інтер'єру            | Facebook, Instagram, YouTube, таргетована реклама         | 3 місяці         | Залучення нової цільової аудиторії, збільшення кількості звернень |
| Співпраця з маркетплейсами             | Розширення каналів дистрибуції                              | Виробничі та будівельні компанії                  | Розміщення товарів на Prom.ua, Rozetka, Hotline           | 2 місяці         | Збільшення продажів через онлайн-канали                           |
| Участь у галузевих виставках           | Демонстрація якості продукції та зміцнення репутації бренду | Бізнес-партнери, дистриб'ютори, інвестори         | Участь у виставках, виготовлення стенду, промо-матеріалів | Протягом року    | Налагодження партнерств, розширення ринку збуту                   |

Продовження таблиці 2.20

| 1                            | 2                                      | 3                                            | 4                                                     | 5          | 6                                                                    |
|------------------------------|----------------------------------------|----------------------------------------------|-------------------------------------------------------|------------|----------------------------------------------------------------------|
| Проведення PR-кампанії в ЗМІ | Формування позитивного іміджу компанії | Широке коло споживачів, професійна аудиторія | Інтерв'ю, прес-релізи, статті у профільних виданнях   | 2 місяці   | Підвищення довіри до бренду, підвищення репутації                    |
| Запуск корпоративного сайту  | Покращення онлайн-присутності          | Потенційні замовники, іноземні партнери      | Розробка сайту з каталогом продукції, SEO-оптимізація | 1,5 місяця | Підвищення доступності інформації, зростання звернень через інтернет |

*Джерело: розроблено автором*

Запропоновані заходи спрямовані на усунення виявлених недоліків у системі формування конкурентоспроможності продукції ДП «Ритм» ТОВ «Рост». Їх впровадження дозволить суттєво покращити ключові показники, зокрема підвищити цінову привабливість, якість продукції, асортиментну насиченість та брендову впізнаваність. Комплексний підхід до вдосконалення маркетингових, асортиментних і споживчих характеристик сприятиме зміцненню позицій підприємства на ринку. Як наслідок, очікується зростання інтегрального показника конкурентоспроможності продукції та підвищення загального рейтингу серед основних конкурентів.

Очікуване зростання інтегрального показника конкурентоспроможності продукції ДП «Ритм» ТОВ «Рост» та зміни рейтингу серед основних конкурентів після реалізації проєкту рекламної кампанії представлено у табл. 2.21.

Таблиця 2.21

Очікуване зростання інтегрального показника конкурентоспроможності продукції та зміни рейтингу серед основних конкурентів після реалізації проєкту рекламної кампанії ДП «Ритм» ТОВ «Рост»

| Підприємство         | Поточний інтегральний показник | Прогнозований інтегральний показник | Поточний рейтинг | Прогнозований рейтинг |
|----------------------|--------------------------------|-------------------------------------|------------------|-----------------------|
| 1                    | 2                              | 3                                   | 4                | 5                     |
| ДП «Ритм» ТОВ «Рост» | 4,12                           | 4,50                                | 2                | 1                     |

Продовження таблиці 2.21

| 1                             | 2    | 3    | 4 | 5 |
|-------------------------------|------|------|---|---|
| ТОВ<br>«Житомирліс»           | 4,43 | 4,43 | 1 | 2 |
| ТОВ «Фанера<br>Плюс»          | 3,87 | 3,87 | 3 | 3 |
| ПрАТ<br>«Коростень<br>дерево» | 3,72 | 3,72 | 4 | 4 |

*Джерело: розроблено автором*

Проведений аналіз конкурентоспроможності продукції ДП «Ритм» ТОВ «Рост» показав, що підприємство має достатній потенціал для зміцнення своїх позицій на ринку фанери та деревостружкових плит. Основні резерви зростання інтегрального показника конкурентоспроможності полягають у розвитку маркетингової підтримки, зокрема у популяризації бренду та покращенні онлайн-присутності.

Таким чином, запропонований проєкт рекламної кампанії орієнтований на підвищення впізнаваності торговельної марки, розширення цільової аудиторії та формування позитивного іміджу компанії. Очікується, що внаслідок реалізації заходів підприємство зможе збільшити маркетингові показники та покращити споживчі характеристики. Прогнозоване підвищення інтегрального показника конкурентоспроможності до 4,50 дозволить ДП «Ритм» ТОВ «Рост» вийти на перше місце серед основних конкурентів. Важливою перевагою запропонованого проєкту є комплексний підхід до усунення виявлених недоліків та орієнтація на довгостроковий результат. У підсумку, реалізація рекламної стратегії сприятиме зміцненню позицій підприємства на ринку та забезпечить сталий розвиток у конкурентному середовищі.

## Висновки до розділу 2

За результатами проведеної аналітичної оцінки стану та напрямів удосконалення управління конкурентоспроможністю продукції підприємства можна зробити наступні висновки:

1. Визначено, що ДП «Ритм» ТОВ «Рост» було засноване 6 серпня 2002 року в місті Бердичів, що відіграє важливу роль у деревообробній галузі України. Запровадження сучасних технологічних ліній з виробництва фанери та деревостружкових плит дало змогу виготовляти продукцію, яка відповідала високим європейським стандартам. ДП «Ритм» ТОВ «Рост» демонструє стабільну динаміку розвитку завдяки вдалому розташуванню, інвестиціям у модернізацію виробництва та впровадженню інноваційних технологій.

2. Аналіз показав, що протягом аналізованого періоду ДП «Ритм» ТОВ «Рост» продемонструвало зростання чистого доходу на 33,88%, що свідчить про нарощення обсягів реалізації продукції та послуг. Валовий прибуток також зріс на 18,8%, однак темпи його приросту були меншими порівняно зі зростанням доходу, що може свідчити про збільшення собівартості продукції. Особливе занепокоєння викликає показник чистого прибутку. У 2024 році він знизився на 48,64% у порівнянні з 2022 роком, що вказує на суттєве погіршення фінансового результату підприємства та можливе зростання витрат або втрат.

3. Встановлено, що підприємство ДП «Ритм» ТОВ «Рост» функціонує на ринку виробництва фанери, дерев'яних плит і панелей, шпону, а саме в сегменті фанери та деревостружкових плит. Асортиментна політика ДП «Ритм» ТОВ «Рост» є достатньо широкою та охоплює ключові напрями деревообробної промисловості. Основу асортименту складають фанера, деревостружкові плити та шпон, що мають різні модифікації за видами обробки, міцності та призначенням. Загалом, сформований асортимент забезпечує конкурентоспроможність ДП «Ритм» ТОВ «Рост» на внутрішньому ринку та потенціал для подальшого розвитку.

4. Обґрунтовано, що порівняно з іншими виробниками, підприємство

демонструє вищу екологічність, ефективну логістику та гнучку цінову політику. Це забезпечує йому стійке зростання попиту та зміцнення ринкових позицій. Узагальнюючи, ДП «Ритм» ТОВ «Рост» є прикладом успішного поєднання інновацій, якості та клієнтоорієнтованості в деревообробній галузі.

5. Загальний аналіз показників конкурентоспроможності продукції підприємства ДП «Ритм» ТОВ «Рост» свідчить про достатньо стабільні позиції на ринку фанери та деревостружкових плит. Підприємство займає друге місце серед основних конкурентів у м. Житомир, що свідчить про високий рівень споживчих та маркетингових характеристик продукції. Асортимент компанії є досить збалансованим, хоча деякі аспекти, як-от глибина та насиченість, потребують вдосконалення. Високі оцінки за такими критеріями, як екологічна безпека, натуральність, брендова впізнаваність та логістика, підкреслюють орієнтованість підприємства на якість і споживчі потреби.

6. Обґрунтовано, що для підвищення конкурентоспроможності продукції ДП «Ритм» ТОВ «Рост» необхідно усунути існуючі недоліки у ціновій політиці, асортименті, маркетинговій підтримці, логістиці та екологічності виробництва. Оптимізація ціноутворення дозволить зробити продукцію більш привабливою для споживачів. Розширення асортименту сприятиме залученню нових сегментів ринку і підвищенню попиту. Покращення маркетингових заходів і підвищення впізнаваності бренду допоможуть збільшити обсяги продажів. Крім того, удосконалення логістики та впровадження екологічних стандартів зміцнять репутацію підприємства і задовольнять зростаючі вимоги ринку.

7. Доведено, що запропонований проєкт рекламної кампанії орієнтований на підвищення впізнаваності торговельної марки, розширення цільової аудиторії та формування позитивного іміджу компанії. Прогнозоване підвищення інтегрального показника конкурентоспроможності до 4,50 дозволить ДП «Ритм» ТОВ «Рост» вийти на перше місце серед основних конкурентів. Важливою перевагою запропонованого проєкту є комплексний підхід до усунення виявлених недоліків та орієнтація на довгостроковий результат.

## ВИСНОВКИ

За результатами проведеного дослідження конкурентоспроможності продукції підприємства та механізмів її підтримки на підприємстві можна зробити наступні висновки:

1. Визначено, що система управління конкурентоспроможністю продукції підприємства - це сукупність взаємопов'язаних організаційних, технологічних та управлінських заходів, спрямованих на забезпечення та підвищення здатності продукції задовольняти потреби споживачів краще за товари конкурентів. Вона включає планування, аналіз ринку, розробку та вдосконалення продукції, контроль якості, маркетингові стратегії, а також моніторинг результатів і коригування дій для підтримання конкурентних переваг підприємства.

2. Узагальнено, що система управління конкурентоспроможністю продукції підприємства є важливим елементом стратегічного розвитку в умовах ринкової економіки. Вона забезпечує цілеспрямоване формування конкурентних переваг та адаптацію продукції до вимог споживачів і ринкового середовища. Ефективне функціонування такої системи можливе лише за умови комплексного підходу, що охоплює всі етапи створення та просування продукції. Важливими складовими системи є чітко визначені цілі, сучасні інструменти, раціональне використання ресурсів.

3. Обґрунтовано, що конкурентоспроможність формується під впливом численних факторів, які можуть як сприяти, так і обмежувати здатність продукції конкурувати на ринку. Тому для ефективного управління важливо не лише визначати ці фактори, а й системно їх аналізувати та враховувати при прийнятті стратегічних і тактичних рішень. Фактори впливу включають як внутрішні ресурси підприємства, так і зовнішні умови, що формуються ринком, споживачами, конкурентами та законодавчою базою. Ігнорування цих аспектів може призвести до втрати конкурентних позицій і зниження прибутковості.

4. Узагальнено, що процес оцінки рівня конкурентоспроможності продукції підприємства - це систематичне вивчення та аналіз властивостей продукції щодо

її відповідності вимогам ринку, потребам споживачів і порівняння з аналогічними товарами конкурентів. Цей процес включає збір інформації про технічні, економічні, якісні, функціональні та комерційні характеристики продукції.

5. Встановлено, що необхідність комплексного підходу до оцінки конкурентоспроможності продукції зумовлена багатогранністю факторів, які впливають на її ринкові позиції. Лише поєднання кількісних і якісних методів дозволяє отримати об'єктивну та повну картину конкурентних переваг і недоліків продукції. Такий підхід допомагає врахувати як технічні характеристики, так і споживчі вподобання, а також зовнішні ринкові умови. Комплексна оцінка забезпечує більш ефективне управління розвитком продукції і своєчасне коригування стратегії підприємства.

6. Визначено, що ДП «Ритм» ТОВ «Рост» було засноване 6 серпня 2002 року в місті Бердичів, що відіграє важливу роль у деревообробній галузі України. Запровадження сучасних технологічних ліній з виробництва фанери та деревостружкових плит дало змогу виготовляти продукцію, яка відповідала високим європейським стандартам. ДП «Ритм» ТОВ «Рост» демонструє стабільну динаміку розвитку завдяки вдалому розташуванню, інвестиціям у модернізацію виробництва та впровадженню інноваційних технологій.

7. Встановлено, що підприємство ДП «Ритм» ТОВ «Рост» функціонує на ринку виробництва фанери, дерев'яних плит і панелей, шпону, а саме в сегменті фанери та деревостружкових плит. Асортиментна політика ДП «Ритм» ТОВ «Рост» є достатньо широкою та охоплює ключові напрями деревообробної промисловості. Основу асортименту складають фанера, деревостружкові плити та шпон, що мають різні модифікації за видами обробки, міцності та призначенням. Загалом, сформований асортимент забезпечує конкурентоспроможність ДП «Ритм» ТОВ «Рост» на внутрішньому ринку та потенціал для подальшого розвитку.

8. Обґрунтовано, що порівняно з іншими виробниками, підприємство демонструє вищу екологічність, ефективну логістику та гнучку цінову політику.

Це забезпечує йому стійке зростання попиту та зміцнення ринкових позицій. Узагальнюючи, ДП «Ритм» ТОВ «Рост» є прикладом успішного поєднання інновацій, якості та клієнтоорієнтованості в деревообробній галузі.

9. Загальний аналіз показників конкурентоспроможності продукції підприємства ДП «Ритм» ТОВ «Рост» свідчить про достатньо стабільні позиції на ринку фанери та деревостружкових плит. Підприємство займає друге місце серед основних конкурентів у м. Житомир, що свідчить про високий рівень споживчих та маркетингових характеристик продукції. Асортимент компанії є досить збалансованим, хоча деякі аспекти, як-от глибина та насиченість, потребують вдосконалення. Високі оцінки за такими критеріями, як екологічна безпека, натуральність, брендова впізнаваність та логістика, підкреслюють орієнтованість підприємства на якість і споживчі потреби.

10. Обґрунтовано, що для підвищення конкурентоспроможності продукції ДП «Ритм» ТОВ «Рост» необхідно усунути існуючі недоліки у ціновій політиці, асортименті, маркетинговій підтримці, логістиці та екологічності виробництва. Оптимізація ціноутворення дозволить зробити продукцію більш привабливою для споживачів. Розширення асортименту сприятиме залученню нових сегментів ринку і підвищенню попиту. Покращення маркетингових заходів і підвищення впізнаваності бренду допоможуть збільшити обсяги продажів. Крім того, удосконалення логістики та впровадження екологічних стандартів зміцнять репутацію підприємства і задовольнять зростаючі вимоги ринку.

11. Доведено, що запропонований проєкт рекламної кампанії орієнтований на підвищення впізнаваності торговельної марки, розширення цільової аудиторії та формування позитивного іміджу компанії. Прогнозоване підвищення інтегрального показника конкурентоспроможності до 4,50 дозволить ДП «Ритм» ТОВ «Рост» вийти на перше місце серед основних конкурентів. Важливою перевагою запропонованого проєкту є комплексний підхід до усунення виявлених недоліків та орієнтація на довгостроковий результат.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Акімов Є., Шпортюк Н.Л. Розробка стратегії зміцнення і розвитку конкурентоздатного потенціалу підприємства. Актуальні проблеми економіки, управління та маркетингу в аграрному бізнесі. Матеріали II Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (м. Дніпро, 05-06 жовтня 2023 р.) Дніпро, ДДАЕУ, 2023. С. 75-76.
2. Архієреєв С.І., Мешкова В.В. Методика поетапної оцінки конкурентоспроможності торговельного підприємства. Бізнес Інформ. 2019. № 11. С. 210-221.
3. Бардась А.В., Бойченко М.В., Дудник А.В. Менеджмент: навчальний посібник. Нац. гірн. ун-т. Дн-ськ: Герда, 2014. 344 с.
4. Батрак М. Методи генерації інноваційних ідей як засіб підвищення конкурентоспроможності товарів вітчизняних виробників. Формування ринкових відносин в Україні. 2021. № 1. С. 122-129/
5. Башук Г.О. Економіко-інноваційна модель конкурентоспроможності продукції в Україні. Економіка та держава. 2018. № 6. С. 102–106.
6. Бєлова О.І. Формування конкурентної стратегії підприємства торгівлі. Вчені записки університету «КРОК». Серія: Економіка. 2018. Вип. 4. С. 86-93.
7. Білецький Е.В., Янушкевич Д.А, Шайхлісламов З.Р. Управління якістю продукції та послуг. Харків. торг.-економ.інститут КНТЕУ Х.:ХТЕІ, 2015. 222 с.
8. Бойчик І.М. Економіка підприємства : навч. посіб. К. : Атіка, 2012. 480 с.
9. Бондар Н.М. Економіка підприємства: навчальний посібник. К.: Видавництво А.С.К. 2013. 400 с.
10. Бондар Ю.А. Дослідження категорії «конкурентоспроможність товарів та послуг». Науковий вісник Львівської академії. Серія: Економіка, менеджмент та право. 2023. Вип. 8. С. 13-21.
11. Бурачек І.В., Біленчук О.О. Конкурентоспроможність продукції підприємств: сутність, методи оцінки та зарубіжний досвід. URL: [lobal-national.in.ua/issue-14-2016/22-vipusk-14-gruden-2016-r/2554-burachek-i-v-](http://lobal-national.in.ua/issue-14-2016/22-vipusk-14-gruden-2016-r/2554-burachek-i-v-)

bilenchuk-o-o-konkurentospromozhnist-produktsiji-pidpriemstv-sutnist-metodi-otsin

12. Бшарат Н. Шляхи підвищення потенціалу конкурентоспроможності торговельних підприємств. Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку. 2019. № 20. С. 48-59.

13. Варава Л.М., Афанасьєв Є.В., Маркіна І.А. Актуальні проблеми сучасного менеджменту: монографія. М-во освіти і науки України, Криворіз. нац. ун-т. Кр. Ріг: Роман Козлов, 2018. 201 с.

14. Верба В. А. Проектний аналіз: підручник. К.: КНЕУ, 2011. 322 с.

15. Владимирська Н.І., Лаптева В.В. Дослідження рівня конкурентоспроможності продукції торгівельного підприємства на основі пошукового моделювання. Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління. 2019. Т. 18, вип. 1. С. 98-110.

16. Вороніна А.В. Менеджмент: навч. посібник. Дніпров. держ. техн. ун-т. Кам'янське: ДДТУ, 2019. 356 с.

17. Гавенко М.С., Орлов О.О. Маркетингові дослідження конкурентної позиції підприємств торгівлі. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2019. № 5. С. 46-56.

18. Гірняк О.М., Лазановський П.П. Менеджмент: підручник. 5-те вид., перероб. і допов. Львів: Магнолія 2006, 2018. 352 с.

19. Гончаров А.Б. Фінансовий менеджмент: Навчальний посібник. Х.: ВД "ІНЖЕК", 2019. 240 с.

20. Гріфін Р. Основи менеджменту: навчальний посібник. Львів: БаК, 2021. 624 с.

21. Дашко І.М. Аналіз факторів впливу на формування конкурентоспроможності промислових підприємств. Інтелект ХХІ. 2022. № 1. С. 12-19.

22. Добикіна О.К. Потенціал підприємства: формування та оцінка: навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2017. 208 с.

23. Євтушенко Н.О., Гончар Д.К. Механізм управління конкурентоспроможністю підприємств України. Економіка. Менеджмент.

Бізнес. 2021. № 1. С. 16-21.

24. Єремєєва Н.В., Качалов С.Л. Конкурентоспроможність товарів і послуг. Миколаїв: Колос-С, 2006. 192 с.

25. Завадський Й.С., Осовська Т.В., Юшкевич О.О. Економічний словник. Київ Україна: Кондар, 2006. 246 с.

26. Загорянська О.Л. Конкурентоспроможність машинобудівної продукції та напрями її підвищення : дис. ... канд. економ. наук : 08.07.01. Х. : КДПУ, 2015. 269 с.

27. Зінь Е.А. Планування діяльності підприємства. Підручник. К.: Професіонал, 2011. 320 с.

28. Іванов Ю.Б., Орлов П.П., Іванова О.Ю. Конкурентні переваги підприємства: оцінка, формування та розвиток: монографія. Х. : ІНЖЕК, 2018. 352 с.

29. Карпюк В.П. Управління конкурентоспроможністю продукції. Вісник Житомирського державного технологічного університету. 2012. № 4(50), С. 209–215.

30. Котенко С.І. Управління конкурентоспроможністю на різних етапах життєвого циклу організації. Вісник Сумського державного університету. Серія: Економіка. 2021. № 1. С. 269-275.

31. Кузьмін О.Є., Мельник О.Г., Петришин Н.Я. Менеджмент: навчальний посібник. К.: Академвидав, 2012. 296 с.

32. Кутін А.А., Ползунова Н.Н. Модель взаємозв'язку конкурентоспроможності верстатобудівної продукції та методів управління підприємством. Вісник машинобудування. 2021. № 2. С. 41–44

33. Македон В.В., Курінна І.Г. Чинники впливу на організаційні процеси забезпечення конкурентоспроможності продукції підприємства. URL: [http://www.eco№m.stateandregions.zp.ua/journal/2020/5\\_2020/15.pdf](http://www.eco№m.stateandregions.zp.ua/journal/2020/5_2020/15.pdf)

34. Мальська М.П., Білоус С.П. Менеджмент організацій: теорія та практика: навч. посіб. Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. К.: SBA-Print, 2020. 190 с.

35. Механізми та інструменти менеджменту діяльності сучасного

підприємства: монографія за ред.: С.В. Філіппової, С.К. Харчікова ; М-во освіти і науки України, Одес. нац. політехн. ун-т. К.: Центр учбової літератури, 2017. 175 с.

36. Миронюк Т.І. Сучасні проблеми та методи оцінки конкурентоспроможності. Економіка харчової промисловості. 2014. № 1 (21). С. 35–37.

37. Михайленко О.В., Орлова К.Г. Система управління конкурентоспроможністю продукції підприємства. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2017. Вип. 13 (2). С. 114–117.

38. Мігалатій О.В. Фактори формування конкурентоспроможності у системі управління підприємством. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: Економічні науки. 2023. № 7. С. 45-49.

39. Моторна Т.В., Федоряк Р.М. Обґрунтування заходів щодо підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства. URL: <https://molodyivchenyi.ua/index.php/journal/article/view/3395>

40. Назарчук Т.В., Косіюк О.М. Менеджмент організацій: навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2018. 559 с.

41. Напрями розвитку сучасного менеджменту: проблеми та рішення: монографія / за заг. ред. Л.М. Варави ; Криворіз. нац. ун-т. Кр. Ріг: Чернявський Д.О., 2015. 417 с.

42. Олейнікова Л. Г. Взаємозв'язки між рівнями конкурентоспроможності. Теорія і практика інтелектуальної власності. 2022. № 2. С. 85-89.

43. Паршина О.А. Управління конкурентоспроможністю продукції : монографія. Дніпропетровськ : НГУ, 2018. 280 с.

44. Пастущин В. Сучасні погляди на конкурентоспроможність продукції як економічну категорію. Наука Молода. 2016. № 6. С. 24-27.

45. Перерва П.Г., Романчик Т.В. Механізм управління рівнем конкурентоспроможності продукції підприємства. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2012. №4. С. 230-235

46. Приймак Н.С. Управління стратегічними змінами в системі

менеджменту підприємств: монографія. Нац. ун-т економіки і торгівлі ім. Михайла ТуганБарановського. Кр. Ріг: Чернявський Д.О., 2019. 353 с.

47. Про авторське право і суміжні права: Закон України від 1 грудня 2022 року № 2811-IX. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2811-20#Text>

48. Про захист від недобросовісної конкуренції: Закон України від 7 червня 1996 року № 236/96-ВР. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/236/96-%D0%B2%D1%80#Text>

49. Про захист прав споживачів: Закон України від 12 травня 1991 року № 1023-XII. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text>

50. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України від 16 квітня 1991 року № 959-XII. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12#Text>

51. Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів: Закон України від 23 грудня 1997 року № 771/97-ВР. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/771/97-%D0%B2%D1%80#Text>

52. Про рекламу: Закон України від 3 липня 1996 року № 270/96-ВР. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text>

53. Про стандартизацію: Закон України від 5 червня 2014 року № 1315-VII. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1315-18#Text>

54. Про технічні регламенти та оцінку відповідності: Закон України від 15 січня 2015 року № 124-VIII. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/124-19#Text>

55. Процюк Н.Ю. Забезпечення конкурентоспроможності продукції як передумова розвитку підприємств харчової промисловості. URL: <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/spec2013/250.pdf>

56. Рибчук А.В., Процишин О.Р., Зінкевич В.І. Системний аналіз підходів до управління конкурентоспроможністю продукції підприємств. Бізнес Інформ. 2023. № 4. С. 183-188.

57. Савченко Т. В. Вплив факторів зовнішнього середовища на систему управління конкурентоспроможністю підприємства. Науковий вісник Національного гірничого університету. 2015. № 5. С. 142–148.

58. Серединська В.М. Оцінювання конкурентоспроможності продукції в

системі маркетингу. Маркетинговий інструментарій управління попитом на товари і послуги. Тернопіль : Підручники і посібники, 2016. 244 с.

59. Серединська В.М., Загородна О.М. Конкурентоспроможність продукції: значення та сфера застосування. URL: [http://www.market-infr.od.ua/journals/2017/4\\_2017\\_ukr/21.pdf](http://www.market-infr.od.ua/journals/2017/4_2017_ukr/21.pdf)

60. Серединська В.М., Загородна О.М., Федорович Р.В. Економічний аналіз : навч. посібник. Тернопіль : Видавництво Астон, 2020. 416 с.

61. Скопенко Н.С., Кириченко О.М., Євсєєва-Северина І.В. Діджиталізація бізнесу як запорука зростання конкурентоспроможності та успішного розвитку компаній у динамічному середовищі господарювання. Наукові праці Національного університету харчових технологій. 2023. Т. 29, № 1. С. 44-56.

62. Співак С. М. Системний підхід до управління конкурентоспроможністю підприємства. Матеріали XIX наукової конференції ТНТУ ім. І. Пулюя. 2016. С. 267–268.

63. Сучасні трансформації організаційно-економічного механізму менеджменту та логістики суб'єктів підприємництва в системі економічної безпеки України: колективна монографія / Дніпропетр. нац. ун-т ім. Олеся Гончара ; за заг. ред. Т.В. Гринько. Дніпро: Біла К.О., 2017. 487 с.

64. Талах Т.А. Використання методики управлінського аналізу при дослідженні конкурентоспроможності продукції. Економічний форум. 2019. №4. С. 247-252.

65. Таран-Лала О.М., Павленко Я.В. Особливості конкурентоспроможності підприємств та їх взаємодія в сучасних умовах господарювання. Інвестиції: практика та досвід. 2022. № 23. С. 47-52.

66. Тарасенко Н.В. Економічний аналіз: навчальний посібник. 3-тє видання, перероблене. Львів: “Новий Світ -2000”, 2013. 344 с.

67. Терехов Д.С., Блідар О.В. Стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємства. Наука й економіка. 2018. Вип. 2. С. 76–80.

68. Фасхієв Х.А. Аналіз методів оцінки конкурентоспроможності

автомобілів. Машинобудівник. 2021. № 5. С. 17–25.

69. Федоренко В.С. Маркетинг. Черкаси: Діло, 2009. 162 с.

70. Фещур Р.В. Управління конкурентоспроможністю підприємств. Вісн. Нац. ун-ту «Львів. Політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. 2008. № 624. С. 100–109.

71. Филюк Г.М. Конкуренція і монополія в епоху глобалізації : монографія. Житомир : ЖДУ ім. І. Франка, 2011. 404 с.

72. Фролова В. Ю. Системний підхід до управління конкурентоспроможністю підприємства. Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. 2018. № 2. С. 98–102.

73. Хрущ Н.А. Конкурентні стратегії: процеси створення та реалізації: монографія. Київ : Освіта України, 2020. 316 с.

74. Шарко В.В. Механізм забезпечення конкурентоспроможності швейної промисловості. URL: <https://elar.khmnu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/c28f89c6-18f3-4051-bb2b-8eeb4277738d/content>

75. Шершньова З.Є. Стратегічне управління. 2-ге вид., перероб. і доп. Київ, Україна: КНЕУ, 2004. 246 с.

76. Щелкунов В.І., Різніченко О.В., Паламарчук В.А. Економічний механізм регулювання діяльності та розвитку виробничого потенціалу підприємств України. К., Наук. Думка, 2013. 188 с.

77. Юдін М.А., Бірам О. Основи оцінювання конкурентоспроможності продукції. Актуальні проблеми економіки. 2011. № 2. С. 42-47.

78. Юнін О.С., Круглова О.О., Савельєва М.О. Фінансово-економічний словник: словник-довідник. Дніпро, Україна: Видав. Біла К., 2018. 296 с.

## **ДОДАТКИ**

Додаток 1  
до Національного положення (стандарту) бухгалтерського  
обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»

|                                                                                                                |                                 |              |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|--------------|
| Підприємство _____ <u>ДОЧІРНЄ ПІДПРИЄМСТВО «РИТМ»</u>                                                          | Дата (рік, місяць, число) _____ | КОДИ         |
| <u>ТОВАРИСТВА З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «РОСТ»</u>                                                          | за ЄДРПОУ _____                 | 25   01   01 |
| Територія _____ <u>Житомирська</u>                                                                             | за КОАТУУ _____                 | 32085195     |
| Організаційно-правова форма господарювання <u>дочірнє підприємство</u>                                         | за КОПФГ _____                  | UA1802003    |
| Вид економічної діяльності _____ <u>Виробництво фанери, дерев'яних плит і панелей, шпону</u>                   | за КВЕД _____                   | 0010047029   |
| Середня кількість працівників <sup>1</sup> _____ <u>223</u>                                                    |                                 | 16.21        |
| Адреса, телефон _____ <u>13300, Україна, Житомирська обл., місто Бердичів, вулиця Житомирська, будинок, 76</u> |                                 |              |
| Одиниця виміру: тис. грн. без десяткового знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту        |                                 |              |
| про сукупний дохід) (форма N 2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)                     |                                 |              |
| Складено (зробити позначку «v» у відповідній клітинці):                                                        |                                 |              |
| за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку                                                            |                                 | x            |
| за міжнародними стандартами фінансової звітності                                                               |                                 |              |

**Баланс (Звіт про фінансовий стан)**  
на 31.12 2024 р.

Форма № 1 Код за ДКУД 1801001

| Актив                                                                                                   | Код<br>рядка | На початок<br>звітного<br>періоду | На кінець<br>звітного<br>періоду |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|-----------------------------------|----------------------------------|
| 1                                                                                                       | 2            | 3                                 | 4                                |
| <b>I. Необоротні активи</b>                                                                             |              |                                   |                                  |
| Нематеріальні активи                                                                                    | 1000         | 13                                | 147                              |
| первісна вартість                                                                                       | 1001         | 144                               | 291                              |
| накопичена амортизація                                                                                  | 1002         | 131                               | 144                              |
| Незавершені капітальні інвестиції                                                                       | 1005         | 1 687                             | 1 023                            |
| Основні засоби                                                                                          | 1010         | 20 439                            | 17 453                           |
| первісна вартість                                                                                       | 1011         | 80 404                            | 82 580                           |
| знос                                                                                                    | 1012         | 59 965                            | 65 127                           |
| Інвестиційна нерухомість                                                                                | 1015         |                                   |                                  |
| Довгострокові біологічні активи                                                                         | 1020         |                                   |                                  |
| Довгострокові фінансові інвестиції:<br>які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств | 1030         |                                   |                                  |
| інші фінансові інвестиції                                                                               | 1035         |                                   |                                  |
| Довгострокова дебіторська заборгованість                                                                | 1040         |                                   |                                  |
| Відстрочені податкові активи                                                                            | 1045         |                                   |                                  |
| Інші необоротні активи                                                                                  | 1090         |                                   |                                  |
| <b>Усього за розділом I</b>                                                                             | <b>1095</b>  | 22 139                            | 18 623                           |
| <b>II. Оборотні активи</b>                                                                              |              |                                   |                                  |
| Запаси                                                                                                  | 1100         | 154 014                           | 186 814                          |
| Поточні біологічні активи                                                                               | 1110         |                                   |                                  |
| Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги                                        | 1125         | 144                               | 504                              |
| Дебіторська заборгованість за розрахунками:<br>за виданими авансами                                     | 1130         |                                   |                                  |
| з бюджетом                                                                                              | 1135         | 6                                 |                                  |
| у тому числі з податку на прибуток                                                                      | 1136         |                                   |                                  |

|                                                                                                          |             |                              |                             |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|------------------------------|-----------------------------|
| Інша поточна дебіторська заборгованість                                                                  | 1155        | 38 079                       | 27 240                      |
| Поточні фінансові інвестиції                                                                             | 1160        |                              |                             |
| Гроші та їх еквіваленти                                                                                  | 1165        | 666                          | 7 124                       |
| Витрати майбутніх періодів                                                                               | 1170        | 36                           | 146                         |
| Інші оборотні активи                                                                                     | 1190        | 2 252                        | 4 499                       |
| <b>Усього за розділом II</b>                                                                             | <b>1195</b> | 195 197                      | 226 327                     |
| <b>III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття</b>                                  | <b>1200</b> |                              |                             |
| <b>Баланс</b>                                                                                            | <b>1300</b> | 217 336                      | 244 950                     |
| Пасив                                                                                                    | Код рядка   | На початок звітнього періоду | На кінець звітнього періоду |
| 1                                                                                                        | 2           | 3                            | 4                           |
| <b>I. Власний капітал</b>                                                                                |             |                              |                             |
| Зареєстрований (пайовий) капітал                                                                         | 1400        | 1 400                        | 1 400                       |
| Капітал у дооцінках                                                                                      | 1405        |                              |                             |
| Додатковий капітал                                                                                       | 1410        |                              |                             |
| Резервний капітал                                                                                        | 1415        |                              |                             |
| Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)                                                              | 1420        | 54 731                       | 45 112                      |
| Неоплачений капітал                                                                                      | 1425        |                              |                             |
| Вилучений капітал                                                                                        | 1430        |                              |                             |
| <b>Усього за розділом I</b>                                                                              | <b>1495</b> | 56 131                       | 46 512                      |
| <b>II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення</b>                                                     |             |                              |                             |
| Відстрочені податкові зобов'язання                                                                       | 1500        |                              |                             |
| Довгострокові кредити банків                                                                             | 1510        |                              |                             |
| Інші довгострокові зобов'язання                                                                          | 1515        |                              |                             |
| Довгострокові забезпечення                                                                               | 1520        |                              |                             |
| Цільове фінансування                                                                                     | 1525        |                              |                             |
| <b>Усього за розділом II</b>                                                                             | <b>1595</b> |                              |                             |
| <b>III. Поточні зобов'язання і забезпечення</b>                                                          |             |                              |                             |
| Короткострокові кредити банків                                                                           | 1600        |                              |                             |
| Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями                                   | 1610        |                              |                             |
| товари, роботи, послуги                                                                                  | 1615        | 7 732                        | 9 412                       |
| розрахунками з бюджетом                                                                                  | 1620        | 2 566                        | 3 160                       |
| у тому числі з податку на прибуток                                                                       | 1621        | 1 430                        | 230                         |
| розрахунками зі страхування                                                                              | 1625        |                              | 1 279                       |
| розрахунками з оплати праці                                                                              | 1630        | 2                            | 4 891                       |
| за одержаними авансами                                                                                   | 1635        |                              |                             |
| за розрахунками з учасниками                                                                             | 1640        | 133 778                      | 148 101                     |
| Поточні забезпечення                                                                                     | 1660        | 2 757                        | 2 289                       |
| Доходи майбутніх періодів                                                                                | 1665        |                              |                             |
| Інші поточні зобов'язання                                                                                | 1690        | 14 370                       | 29 306                      |
| <b>Усього за розділом III</b>                                                                            | <b>1695</b> | 161 205                      | 198 438                     |
| <b>IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття</b> | <b>1700</b> |                              |                             |
| <b>Баланс</b>                                                                                            | <b>1900</b> | 217 336                      | 244 950                     |

Керівник

Головний бухгалтер

Підприємство \_\_\_\_\_ ДОЧІРНЄ ПІДПРИЄМСТВО «РИТМ»  
ТОВАРИСТВА З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «РОСТ»  
(найменування)

Дата (рік, місяць, число) \_\_\_\_\_ за \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ ЄДРПОУ \_\_\_\_\_

| КОДИ     |    |    |
|----------|----|----|
| 25       | 01 | 01 |
| 32085195 |    |    |

**Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)**  
за \_\_\_\_\_ рік \_\_\_\_\_ 2024 р.

Форма № 2 Код за ДКУД 1801003

**I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ**

| Стаття                                                          | Код<br>рядка | За звітний<br>період | За<br>аналогічний<br>період попер-<br>еднього року |
|-----------------------------------------------------------------|--------------|----------------------|----------------------------------------------------|
| 1                                                               | 2            | 3                    | 4                                                  |
| Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)  | 2000         | 371 558              | 356 479                                            |
| Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)    | 2050         | 329 132              | 313 596                                            |
| <b>Валовий:</b>                                                 |              |                      |                                                    |
| прибуток                                                        | 2090         | 42 426               | 42 883                                             |
| збиток                                                          | 2095         |                      |                                                    |
| Інші операційні доходи                                          | 2120         | 10 607               | 8 755                                              |
| Адміністративні витрати                                         | 2130         | 17 244               | 10 879                                             |
| Витрати на збут                                                 | 2150         | 15 546               | 11 661                                             |
| Інші операційні витрати                                         | 2180         | 14 271               | 11 544                                             |
| <b>Фінансовий результат від операційної діяльності:</b>         |              |                      |                                                    |
| прибуток                                                        | 2190         | 5 972                | 17 554                                             |
| збиток                                                          | 2195         |                      |                                                    |
| Дохід від участі в капіталі                                     | 2200         |                      |                                                    |
| Інші фінансові доходи                                           | 2220         |                      | 6                                                  |
| Інші доходи                                                     | 2240         |                      | 37                                                 |
| Фінансові витрати                                               | 2250         |                      |                                                    |
| Втрати від участі в капіталі                                    | 2255         |                      |                                                    |
| Інші витрати                                                    | 2270         | 209                  | 120                                                |
| <b>Фінансовий результат до оподаткування:</b>                   |              |                      |                                                    |
| прибуток                                                        | 2290         | 5 763                | 17 477                                             |
| збиток                                                          | 2295         |                      |                                                    |
| Витрати (дохід) з податку на прибуток                           | 2300         | -1 060               | -3 155                                             |
| Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування | 2305         |                      |                                                    |
| <b>Чистий фінансовий результат:</b>                             |              |                      |                                                    |
| прибуток                                                        | 2350         | 4 703                | 14 322                                             |
| збиток                                                          | 2355         |                      |                                                    |

## II. СУКУПНИЙ ДОХІД

| Стаття                                                                 | Код<br>рядка | За звітний<br>період | За<br>аналогічний<br>період попередн<br>ього року |
|------------------------------------------------------------------------|--------------|----------------------|---------------------------------------------------|
| 1                                                                      | 2            | 3                    | 4                                                 |
| Дооцінка (уцінка) необоротних активів                                  | 2400         |                      |                                                   |
| Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів                              | 2405         |                      |                                                   |
| Накопичені курсові різниці                                             | 2410         |                      |                                                   |
| Частка іншого сукупного доходу асоційованих та<br>спільних підприємств | 2415         |                      |                                                   |
| Інший сукупний дохід                                                   | 2445         |                      |                                                   |
| <b>Інший сукупний дохід до оподаткування</b>                           | <b>2450</b>  |                      |                                                   |
| Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним<br>доходом            | 2455         |                      |                                                   |
| <b>Інший сукупний дохід після оподаткування</b>                        | <b>2460</b>  |                      |                                                   |
| <b>Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)</b>                 | <b>2465</b>  | <b>4 703</b>         | <b>14 322</b>                                     |

## III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

| Назва статті                     | Код<br>рядка | За звітний<br>період | За<br>аналогічний<br>період попереднього<br>року |
|----------------------------------|--------------|----------------------|--------------------------------------------------|
| 1                                | 2            | 3                    | 4                                                |
| Матеріальні затрати              | 2500         | 287 918              | 233 301                                          |
| Витрати на оплату праці          | 2505         | 69 089               | 48 996                                           |
| Відрахування на соціальні заходи | 2510         | 13 498               | 9 513                                            |
| Амортизація                      | 2515         | 5 178                | 8 593                                            |
| Інші операційні витрати          | 2520         | 21 879               | 18 549                                           |
| <b>Разом</b>                     | <b>2550</b>  | <b>397 562</b>       | <b>318 952</b>                                   |

## IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

| Назва статті                                               | Код<br>рядка | За звітний<br>період | За<br>аналогічний<br>період попереднього<br>року |
|------------------------------------------------------------|--------------|----------------------|--------------------------------------------------|
| 1                                                          | 2            | 3                    | 4                                                |
| Середньорічна кількість простих акцій                      | 2600         |                      |                                                  |
| Скоригована середньорічна кількість простих акцій          | 2605         |                      |                                                  |
| Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію              | 2610         |                      |                                                  |
| Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію | 2615         |                      |                                                  |
| Дивіденди на одну просту акцію                             | 2650         |                      |                                                  |

Керівник  
Головний бухгалтер

Додаток 1  
до Національного положення (стандарту) бухгалтерського  
обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»

|                                                                                                                                                                                                    |                           |              |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|--------------|
| Підприємство <u>ДОЧІРНЄ ПІДПРИЄМСТВО «РИТМ»</u>                                                                                                                                                    | Дата (рік, місяць, число) | КОДИ         |
| <u>ТОВАРИСТВА З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «РОСТ»</u>                                                                                                                                              | за ЄДРПОУ                 | 24   01   01 |
| Територія <u>Житомирська</u>                                                                                                                                                                       | за КОАТУУ                 | 32085195     |
| Організаційно-правова форма господарювання <u>дочірнє підприємство</u>                                                                                                                             | за КОПФГ                  | UA1802003    |
| Вид економічної діяльності <u>Виробництво фанери, дерев'яних плит і панелей, шпону</u>                                                                                                             | за КВЕД                   | 0010047029   |
| Середня кількість працівників <u>172</u>                                                                                                                                                           |                           | 16.21        |
| Адреса, телефон <u>13300, Україна, Житомирська обл., місто Бердичів, вулиця Житомирська, будинок, 76</u>                                                                                           |                           |              |
| Одиниця виміру: тис. грн. без десяткового знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма N 2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками) |                           |              |
| Складено (зробити позначку «v» у відповідній клітинці):                                                                                                                                            |                           |              |
| за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку                                                                                                                                                |                           | x            |
| за міжнародними стандартами фінансової звітності                                                                                                                                                   |                           |              |

**Баланс (Звіт про фінансовий стан)**  
на 31.12 2023 р.

Форма № 1 Код за ДКУД 1801001

| Актив                                                                                                   | Код<br>рядка | На початок<br>звітного<br>періоду | На кінець<br>звітного<br>періоду |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|-----------------------------------|----------------------------------|
| 1                                                                                                       | 2            | 3                                 | 4                                |
| <b>I. Необоротні активи</b>                                                                             |              |                                   |                                  |
| Нематеріальні активи                                                                                    | 1000         | 29                                | 13                               |
| первісна вартість                                                                                       | 1001         | 144                               | 144                              |
| накопичена амортизація                                                                                  | 1002         | 115                               | 131                              |
| Незавершені капітальні інвестиції                                                                       | 1005         | 708                               | 1 687                            |
| Основні засоби                                                                                          | 1010         | 26 350                            | 20 439                           |
| первісна вартість                                                                                       | 1011         | 78 419                            | 80 404                           |
| знос                                                                                                    | 1012         | 52 069                            | 59 965                           |
| Інвестиційна нерухомість                                                                                | 1015         |                                   |                                  |
| Довгострокові біологічні активи                                                                         | 1020         |                                   |                                  |
| Довгострокові фінансові інвестиції:<br>які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств | 1030         |                                   |                                  |
| інші фінансові інвестиції                                                                               | 1035         |                                   |                                  |
| Довгострокова дебіторська заборгованість                                                                | 1040         |                                   |                                  |
| Відстрочені податкові активи                                                                            | 1045         |                                   |                                  |
| Інші необоротні активи                                                                                  | 1090         |                                   |                                  |
| <b>Усього за розділом I</b>                                                                             | <b>1095</b>  | 27 087                            | 22 139                           |
| <b>II. Оборотні активи</b>                                                                              |              |                                   |                                  |
| Запаси                                                                                                  | 1100         | 160 731                           | 154 014                          |
| Поточні біологічні активи                                                                               | 1110         |                                   |                                  |
| Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги                                        | 1125         | 89                                | 144                              |
| Дебіторська заборгованість за розрахунками:<br>за виданими авансами                                     | 1130         | 0                                 |                                  |
| з бюджетом                                                                                              | 1135         | 19                                | 6                                |
| у тому числі з податку на прибуток                                                                      | 1136         |                                   |                                  |

|                                                                                                          |             |                              |                             |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|------------------------------|-----------------------------|
| Інша поточна дебіторська заборгованість                                                                  | 1155        | 13 673                       | 38 079                      |
| Поточні фінансові інвестиції                                                                             | 1160        | 0                            |                             |
| Гроші та їх еквіваленти                                                                                  | 1165        | 480                          | 666                         |
| Витрати майбутніх періодів                                                                               | 1170        | 27                           | 36                          |
| Інші оборотні активи                                                                                     | 1190        | 3 857                        | 2 252                       |
| <b>Усього за розділом II</b>                                                                             | <b>1195</b> | 178 876                      | 195 197                     |
| <b>III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття</b>                                  | <b>1200</b> | 0                            |                             |
| <b>Баланс</b>                                                                                            | <b>1300</b> | 205 963                      | 217 336                     |
| Пасив                                                                                                    | Код рядка   | На початок звітнього періоду | На кінець звітнього періоду |
| 1                                                                                                        | 2           | 3                            | 4                           |
| <b>I. Власний капітал</b>                                                                                |             |                              |                             |
| Зареєстрований (пайовий) капітал                                                                         | 1400        | 1 400                        | 1 400                       |
| Капітал у дооцінках                                                                                      | 1405        |                              |                             |
| Додатковий капітал                                                                                       | 1410        |                              |                             |
| Резервний капітал                                                                                        | 1415        |                              |                             |
| Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)                                                              | 1420        | 52 953                       | 54 731                      |
| Неоплачений капітал                                                                                      | 1425        |                              |                             |
| Вилучений капітал                                                                                        | 1430        |                              |                             |
| <b>Усього за розділом I</b>                                                                              | <b>1495</b> | 54 353                       | 56 131                      |
| <b>II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення</b>                                                     |             |                              |                             |
| Відстрочені податкові зобов'язання                                                                       | 1500        |                              |                             |
| Довгострокові кредити банків                                                                             | 1510        |                              |                             |
| Інші довгострокові зобов'язання                                                                          | 1515        |                              |                             |
| Довгострокові забезпечення                                                                               | 1520        |                              |                             |
| Цільове фінансування                                                                                     | 1525        |                              |                             |
| <b>Усього за розділом II</b>                                                                             | <b>1595</b> |                              |                             |
| <b>III. Поточні зобов'язання і забезпечення</b>                                                          |             |                              |                             |
| Короткострокові кредити банків                                                                           | 1600        |                              |                             |
| Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями                                   | 1610        |                              |                             |
| товари, роботи, послуги                                                                                  | 1615        | 55                           | 7 732                       |
| розрахунками з бюджетом                                                                                  | 1620        | 1 868                        | 2 566                       |
| у тому числі з податку на прибуток                                                                       | 1621        | 625                          | 1 430                       |
| розрахунками зі страхування                                                                              | 1625        | 0                            |                             |
| розрахунками з оплати праці                                                                              | 1630        | 2                            | 2                           |
| за одержаними авансами                                                                                   | 1635        | 0                            |                             |
| за розрахунками з учасниками                                                                             | 1640        | 123 685                      | 133 778                     |
| Поточні забезпечення                                                                                     | 1660        | 2 604                        | 2 757                       |
| Доходи майбутніх періодів                                                                                | 1665        |                              |                             |
| Інші поточні зобов'язання                                                                                | 1690        | 23 396                       | 14 370                      |
| <b>Усього за розділом III</b>                                                                            | <b>1695</b> | 151 610                      | 161 205                     |
| <b>IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття</b> | <b>1700</b> | 0                            |                             |
| <b>Баланс</b>                                                                                            | <b>1900</b> | 205 963                      | 217 336                     |

Керівник

Головний бухгалтер

Підприємство \_\_\_\_\_ ДОЧІРНЄ ПІДПРИЄМСТВО «РИТМ» \_\_\_\_\_ за \_\_\_\_\_  
ТОВАРИСТВА З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «РОСТ» \_\_\_\_\_ ЄДРПОУ \_\_\_\_\_  
 (найменування)

Дата (рік, місяць, число)

| КОДИ     |    |    |
|----------|----|----|
| 24       | 01 | 01 |
| 32085195 |    |    |

**Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)**  
 за \_\_\_\_\_ рік \_\_\_\_\_ 2023 р.

Форма № 2 Код за ДКУД 1801003

**I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ**

| Стаття                                                          | Код<br>рядка | За звітний<br>період | За<br>аналогічний<br>період поперед<br>нього року |
|-----------------------------------------------------------------|--------------|----------------------|---------------------------------------------------|
| 1                                                               | 2            | 3                    | 4                                                 |
| Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)  | 2000         | 356 479              | 277 529                                           |
| Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)    | 2050         | 313 596              | 241 817                                           |
| <b>Валовий:</b>                                                 |              |                      |                                                   |
| прибуток                                                        | 2090         | 42 883               | 35 712                                            |
| збиток                                                          | 2095         |                      |                                                   |
| Інші операційні доходи                                          | 2120         | 8 755                | 8 995                                             |
| Адміністративні витрати                                         | 2130         | 10 879               | 8 635                                             |
| Витрати на збут                                                 | 2150         | 11 661               | 10 199                                            |
| Інші операційні витрати                                         | 2180         | 11 544               | 13 327                                            |
| <b>Фінансовий результат від операційної діяльності:</b>         |              |                      |                                                   |
| прибуток                                                        | 2190         | 17 554               | 12 546                                            |
| збиток                                                          | 2195         |                      |                                                   |
| Дохід від участі в капіталі                                     | 2200         |                      |                                                   |
| Інші фінансові доходи                                           | 2220         | 6                    | 5                                                 |
| Інші доходи                                                     | 2240         | 37                   | 8                                                 |
| Фінансові витрати                                               | 2250         |                      |                                                   |
| Втрати від участі в капіталі                                    | 2255         |                      |                                                   |
| Інші витрати                                                    | 2270         | 120                  | 224                                               |
| <b>Фінансовий результат до оподаткування:</b>                   |              |                      |                                                   |
| прибуток                                                        | 2290         | 17 477               | 12 335                                            |
| збиток                                                          | 2295         |                      |                                                   |
| Витрати (дохід) з податку на прибуток                           | 2300         | -3 155               | -2 242                                            |
| Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування | 2305         |                      |                                                   |
| <b>Чистий фінансовий результат:</b>                             |              |                      |                                                   |
| прибуток                                                        | 2350         | 14 322               | 10 093                                            |
| збиток                                                          | 2355         |                      |                                                   |

## II. СУКУПНИЙ ДОХІД

| Стаття                                                                 | Код<br>рядка | За звітний<br>період | За<br>аналогічний<br>період попередн<br>ього року |
|------------------------------------------------------------------------|--------------|----------------------|---------------------------------------------------|
| 1                                                                      | 2            | 3                    | 4                                                 |
| Дооцінка (уцінка) необоротних активів                                  | 2400         |                      |                                                   |
| Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів                              | 2405         |                      |                                                   |
| Накопичені курсові різниці                                             | 2410         |                      |                                                   |
| Частка іншого сукупного доходу асоційованих та<br>спільних підприємств | 2415         |                      |                                                   |
| Інший сукупний дохід                                                   | 2445         |                      |                                                   |
| <b>Інший сукупний дохід до оподаткування</b>                           | <b>2450</b>  |                      |                                                   |
| Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним<br>доходом            | 2455         |                      |                                                   |
| <b>Інший сукупний дохід після оподаткування</b>                        | <b>2460</b>  |                      |                                                   |
| <b>Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)</b>                 | <b>2465</b>  | 14 322               | 10 093                                            |

## III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

| Назва статті                     | Код<br>рядка | За звітний<br>період | За<br>аналогічний<br>період попереднього<br>року |
|----------------------------------|--------------|----------------------|--------------------------------------------------|
| 1                                | 2            | 3                    | 4                                                |
| Матеріальні затрати              | 2500         | 233 301              | 178 077                                          |
| Витрати на оплату праці          | 2505         | 48 996               | 42 746                                           |
| Відрахування на соціальні заходи | 2510         | 9 513                | 8 234                                            |
| Амортизація                      | 2515         | 8 593                | 9 841                                            |
| Інші операційні витрати          | 2520         | 18 549               | 14 725                                           |
| <b>Разом</b>                     | <b>2550</b>  | 318 952              | 253 623                                          |

## IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

| Назва статті                                               | Код<br>рядка | За звітний<br>період | За<br>аналогічний<br>період попереднього<br>року |
|------------------------------------------------------------|--------------|----------------------|--------------------------------------------------|
| 1                                                          | 2            | 3                    | 4                                                |
| Середньорічна кількість простих акцій                      | 2600         |                      |                                                  |
| Скоригована середньорічна кількість простих акцій          | 2605         |                      |                                                  |
| Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію              | 2610         |                      |                                                  |
| Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію | 2615         |                      |                                                  |
| Дивіденди на одну просту акцію                             | 2650         |                      |                                                  |

Керівник  
Головний бухгалтер

Додаток 1  
до Національного положення (стандарту) бухгалтерського  
обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»

|                                                                                                                                                                                                    |                                 |              |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|--------------|
| Підприємство _____ <u>ДОЧІРНЄ ПІДПРИЄМСТВО «РИТМ»</u>                                                                                                                                              | Дата (рік, місяць, число) _____ | КОДИ         |
| <u>ТОВАРИСТВА З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «РОСТ»</u>                                                                                                                                              | за ЄДРПОУ _____                 | 23   01   01 |
| Територія _____ <u>Житомирська</u>                                                                                                                                                                 | за КОАТУУ _____                 | 32085195     |
| Організаційно-правова форма господарювання <u>дочірнє підприємство</u>                                                                                                                             | за КОПФГ _____                  | UA1802003    |
| Вид економічної діяльності _____ <u>Виробництво фанери, дерев'яних плит і панелей, шпону</u>                                                                                                       | за КВЕД _____                   | 0010047029   |
| Середня кількість працівників! _____ <u>172</u>                                                                                                                                                    |                                 | 16.21        |
| Адреса, телефон _____ <u>13300, Україна, Житомирська обл., місто Бердичів, вулиця Житомирська, будинок, 76</u>                                                                                     |                                 |              |
| Одиниця виміру: тис. грн. без десяткового знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма N 2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками) |                                 |              |
| Складено (зробити позначку «v» у відповідній клітинці):                                                                                                                                            |                                 |              |
| за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку                                                                                                                                                |                                 | x            |
| за міжнародними стандартами фінансової звітності                                                                                                                                                   |                                 |              |

**Баланс (Звіт про фінансовий стан)**  
на 31.12 2022 р.

Форма № 1 Код за ДКУД 1801001

| Актив                                                                                                   | Код<br>рядка | На початок<br>звітного<br>періоду | На кінець<br>звітного<br>періоду |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|-----------------------------------|----------------------------------|
| 1                                                                                                       | 2            | 3                                 | 4                                |
| <b>I. Необоротні активи</b>                                                                             |              |                                   |                                  |
| Нематеріальні активи                                                                                    | 1000         | 48                                | 29                               |
| первісна вартість                                                                                       | 1001         | 144                               | 144                              |
| накопичена амортизація                                                                                  | 1002         | 96                                | 115                              |
| Незавершені капітальні інвестиції                                                                       | 1005         | 4 795                             | 708                              |
| Основні засоби                                                                                          | 1010         | 31 365                            | 26 350                           |
| первісна вартість                                                                                       | 1011         | 74 176                            | 78 419                           |
| знос                                                                                                    | 1012         | 42 811                            | 52 069                           |
| Інвестиційна нерухомість                                                                                | 1015         |                                   |                                  |
| Довгострокові біологічні активи                                                                         | 1020         |                                   |                                  |
| Довгострокові фінансові інвестиції:<br>які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств | 1030         |                                   |                                  |
| інші фінансові інвестиції                                                                               | 1035         |                                   |                                  |
| Довгострокова дебіторська заборгованість                                                                | 1040         |                                   |                                  |
| Відстрочені податкові активи                                                                            | 1045         |                                   |                                  |
| Інші необоротні активи                                                                                  | 1090         |                                   |                                  |
| <b>Усього за розділом I</b>                                                                             | <b>1095</b>  | 36 208                            | 27 087                           |
| <b>II. Оборотні активи</b>                                                                              |              |                                   |                                  |
| Запаси                                                                                                  | 1100         | 144 591                           | 160 731                          |
| Поточні біологічні активи                                                                               | 1110         |                                   |                                  |
| Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги                                        | 1125         | 456                               | 89                               |
| Дебіторська заборгованість за розрахунками:<br>за виданими авансами                                     | 1130         | 0                                 | 0                                |
| з бюджетом                                                                                              | 1135         | 17                                | 19                               |
| у тому числі з податку на прибуток                                                                      | 1136         |                                   |                                  |

|                                                                                                          |             |                             |                            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-----------------------------|----------------------------|
| Інша поточна дебіторська заборгованість                                                                  | 1155        | 16 220                      | 13 673                     |
| Поточні фінансові інвестиції                                                                             | 1160        | 0                           | 0                          |
| Гроші та їх еквіваленти                                                                                  | 1165        | 2 397                       | 480                        |
| Витрати майбутніх періодів                                                                               | 1170        | 22                          | 27                         |
| Інші оборотні активи                                                                                     | 1190        | 5 254                       | 3 857                      |
| <b>Усього за розділом II</b>                                                                             | <b>1195</b> | 168 957                     | 178 876                    |
| <b>III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття</b>                                  | <b>1200</b> |                             | 0                          |
| <b>Баланс</b>                                                                                            | <b>1300</b> | 205 165                     | 205 963                    |
| Пасив                                                                                                    | Код рядка   | На початок звітного періоду | На кінець звітного періоду |
| 1                                                                                                        | 2           | 3                           | 4                          |
| <b>I. Власний капітал</b>                                                                                |             |                             |                            |
| Зареєстрований (пайовий) капітал                                                                         | 1400        | 1 400                       | 1 400                      |
| Капітал у дооцінках                                                                                      | 1405        |                             |                            |
| Додатковий капітал                                                                                       | 1410        |                             |                            |
| Резервний капітал                                                                                        | 1415        |                             |                            |
| Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)                                                              | 1420        | 81 534                      | 52 953                     |
| Неоплачений капітал                                                                                      | 1425        |                             |                            |
| Вилучений капітал                                                                                        | 1430        |                             |                            |
| <b>Усього за розділом I</b>                                                                              | <b>1495</b> | 82 934                      | 54 353                     |
| <b>II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення</b>                                                     |             |                             |                            |
| Відстрочені податкові зобов'язання                                                                       | 1500        |                             |                            |
| Довгострокові кредити банків                                                                             | 1510        |                             |                            |
| Інші довгострокові зобов'язання                                                                          | 1515        |                             |                            |
| Довгострокові забезпечення                                                                               | 1520        |                             |                            |
| Цільове фінансування                                                                                     | 1525        |                             |                            |
| <b>Усього за розділом II</b>                                                                             | <b>1595</b> |                             |                            |
| <b>III. Поточні зобов'язання і забезпечення</b>                                                          |             |                             |                            |
| Короткострокові кредити банків                                                                           | 1600        |                             |                            |
| Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями                                   | 1610        |                             |                            |
| товари, роботи, послуги                                                                                  | 1615        | 2 441                       | 55                         |
| розрахунками з бюджетом                                                                                  | 1620        | 2 756                       | 1 868                      |
| у тому числі з податку на прибуток                                                                       | 1621        | 2 068                       | 625                        |
| розрахунками зі страхування                                                                              | 1625        | 0                           | 0                          |
| розрахунками з оплати праці                                                                              | 1630        | 28                          | 2                          |
| за одержаними авансами                                                                                   | 1635        | 0                           | 0                          |
| за розрахунками з учасниками                                                                             | 1640        | 85 012                      | 123 685                    |
| Поточні забезпечення                                                                                     | 1660        |                             | 2 604                      |
| Доходи майбутніх періодів                                                                                | 1665        |                             |                            |
| Інші поточні зобов'язання                                                                                | 1690        | 31 994                      | 23 396                     |
| <b>Усього за розділом III</b>                                                                            | <b>1695</b> | 122 231                     | 151 610                    |
| <b>IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття</b> | <b>1700</b> |                             | 0                          |
| <b>Баланс</b>                                                                                            | <b>1900</b> | 205 165                     | 205 963                    |

Керівник

Головний бухгалтер

Підприємство \_\_\_\_\_ ДОЧІРНЄ ПІДПРИЄМСТВО «РИТМ» за \_\_\_\_\_  
ТОВАРИСТВА З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «РОСТ» ЄДРПОУ \_\_\_\_\_  
 (найменування)

Дата (рік, місяць, число)

| КОДИ     |    |    |
|----------|----|----|
| 23       | 01 | 01 |
| 32085195 |    |    |

**Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)**  
 за \_\_\_\_\_ рік \_\_\_\_\_ 2022р.

Форма № 2 Код за ДКУД 1801003

**I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ**

| Стаття                                                          | Код<br>рядка | За звітний<br>період | За<br>аналогічний<br>період поперед<br>нього року |
|-----------------------------------------------------------------|--------------|----------------------|---------------------------------------------------|
| 1                                                               | 2            | 3                    | 4                                                 |
| Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)  | 2000         | 277 529              | 444 612                                           |
| Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)    | 2050         | 241 817              | 374 692                                           |
| <b>Валовий:</b>                                                 |              |                      |                                                   |
| прибуток                                                        | 2090         | 35 712               | 69 920                                            |
| збиток                                                          | 2095         |                      |                                                   |
| Інші операційні доходи                                          | 2120         | 8 995                | 12 113                                            |
| Адміністративні витрати                                         | 2130         | 8 635                | 8 461                                             |
| Витрати на збут                                                 | 2150         | 10 199               | 13 909                                            |
| Інші операційні витрати                                         | 2180         | 13 327               | 12 189                                            |
| <b>Фінансовий результат від операційної діяльності:</b>         |              |                      |                                                   |
| прибуток                                                        | 2190         | 12 546               | 47 474                                            |
| збиток                                                          | 2195         |                      |                                                   |
| Дохід від участі в капіталі                                     | 2200         |                      |                                                   |
| Інші фінансові доходи                                           | 2220         | 5                    | 8                                                 |
| Інші доходи                                                     | 2240         | 8                    | 4                                                 |
| Фінансові витрати                                               | 2250         |                      |                                                   |
| Втрати від участі в капіталі                                    | 2255         |                      |                                                   |
| Інші витрати                                                    | 2270         | 224                  | 323                                               |
| <b>Фінансовий результат до оподаткування:</b>                   |              |                      |                                                   |
| прибуток                                                        | 2290         | 12 335               | 47 163                                            |
| збиток                                                          | 2295         |                      |                                                   |
| Витрати (дохід) з податку на прибуток                           | 2300         | -2 242               | -8 490                                            |
| Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування | 2305         |                      |                                                   |
| <b>Чистий фінансовий результат:</b>                             |              |                      |                                                   |
| прибуток                                                        | 2350         | 10 093               | 38 673                                            |
| збиток                                                          | 2355         |                      |                                                   |

**II. СУКУПНИЙ ДОХІД**

| Стаття | Код<br>рядка | За звітний<br>період | За<br>аналогічний<br>період попередн<br>ього року |
|--------|--------------|----------------------|---------------------------------------------------|
|--------|--------------|----------------------|---------------------------------------------------|

| 1                                                                   | 2           | 3      | 4      |
|---------------------------------------------------------------------|-------------|--------|--------|
| Дооцінка (уцінка) необоротних активів                               | 2400        |        |        |
| Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів                           | 2405        |        |        |
| Накопичені курсові різниці                                          | 2410        |        |        |
| Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств | 2415        |        |        |
| Інший сукупний дохід                                                | 2445        |        |        |
| <b>Інший сукупний дохід до оподаткування</b>                        | <b>2450</b> |        |        |
| Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом            | 2455        |        |        |
| <b>Інший сукупний дохід після оподаткування</b>                     | <b>2460</b> |        |        |
| <b>Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)</b>              | <b>2465</b> | 10 093 | 38 673 |

### III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

| Назва статті                     | Код<br>рядка | За звітний<br>період | За<br>аналогічний<br>період<br>попереднього<br>року |
|----------------------------------|--------------|----------------------|-----------------------------------------------------|
| 1                                | 2            | 3                    | 4                                                   |
| Матеріальні затрати              | 2500         | 178 077              | 360 784                                             |
| Витрати на оплату праці          | 2505         | 42 746               | 47 902                                              |
| Відрахування на соціальні заходи | 2510         | 8 234                | 10 458                                              |
| Амортизація                      | 2515         | 9 841                | 8 388                                               |
| Інші операційні витрати          | 2520         | 14 725               | 19 031                                              |
| <b>Разом</b>                     | <b>2550</b>  | 253 623              | 446 563                                             |

### IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

| Назва статті                                               | Код<br>рядка | За звітний<br>період | За<br>аналогічний<br>період<br>попереднього<br>року |
|------------------------------------------------------------|--------------|----------------------|-----------------------------------------------------|
| 1                                                          | 2            | 3                    | 4                                                   |
| Середньорічна кількість простих акцій                      | 2600         |                      |                                                     |
| Скоригована середньорічна кількість простих акцій          | 2605         |                      |                                                     |
| Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію              | 2610         |                      |                                                     |
| Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію | 2615         |                      |                                                     |
| Дивіденди на одну просту акцію                             | 2650         |                      |                                                     |

Керівник  
Головний бухгалтер