

УДК 322.83

Щербініна С. А., асистент, Криворученко А. В., Кісельов І. Р.
(Національний технічний університет ім. Ю. Кондратюка, м. Полтава)

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЯК НАПРЯМ ПІДВИЩЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ЖИТЛОВОГО БУДІВНИЦТВА

Досліджено фактори, що впливають на конкурентоспроможність будівельного підприємства з урахуванням специфіки галузі. Визначено напрямки підвищення економічної ефективності житлового будівництва.

Ключові слова: конкурентоспроможність, будівельна продукція, будівельне підприємство, ринок житлового будівництва, будівельні кластери.

Вступ. Наслідком переходу України до ринкової економіки є формування конкурентного середовища. Сьогодні господарська діяльність характеризується високим ступенем невизначеності, тому для будівельних підприємств головною умовою існування є одержання замовлень на конкурентній основі. Якщо будівельне підприємство здатне будувати житло дешевше, швидше і якісніше за конкурентів, то воно має більше шансів виграти тендерні торги та отримати підряд, і тим самим підвищити економічний ефект від своєї діяльності.

Аналіз останніх досліджень. Проблеми конкурентоспроможності як на макро-, так і на мікрорівнях досить повно розглянуті у роботах М. Портера [1], Б.Є. Кваснюка [2], Д.Г. Лук'яненко [3], Р.А. Фатхутдинова [4], В.Я. Чевганової [5]. Загальні й галузеві проблеми конкурентних засад розвитку будівництва знайшли відображення в монографії В.І. Тортука, І.А. Дмитрука і Г.В. Стадника [6].

Методика досліджень. Тим не менш питання конкурентоспроможності будівельних підприємств як напряму підвищення економічної ефективності житлового будівництва потребує додаткового дослідження.

Постановка завдання. Визначення та аналіз факторів, що впливають на конкурентоспроможність будівельних підприємств, з метою формулювання напрямків підвищення економічної ефективності житлового будівництва в регіоні.

Результати досліджень. На думку М. Портера, для розуміння природи конкуренції основною одиницею є галузь, тобто група конкурентів, що виробляють товари або послуги і безпосередньо змагаються між собою. Розробляючи конкурентну стратегію, підприємства прагнуть знайти і втілити спосіб вигідно і довготривало конкурувати в своїй галузі. Універсальної конкурентної стратегії не існує; тільки стратегія, узгоджена з умовами конкретної галузі промисловості, навиками і капіталом конкретного підприємства, може принести успіх [1].

За умови формування конкурентного середовища на ринку житлового будівництва стратегія забудовників повинна бути направлена на досягнення і розвиток конкурентних переваг, що дають право першості у відношеннях з конкурентами. Отримання переваг на цьому ринку, головним чином, визначається конкурентоспроможністю будівельних підприємств, природа якої обумовлена, перш за все, наявністю багатьох детермінуючих її внутрішніх і зовнішніх факторів з урахуванням специфічних особливостей будівельної продукції, як інвестиційного товару, а саме: закріпленість, нерухомість, капіталоемність, матеріалоемність, тривалість створення й експлуатації та ін.. Множина якісних і вартісних характеристик збудованого житла визначає його переваги над об'єктами житлової нерухомості конкурентів при задоволенні певної потреби споживача та дає можливість кількісно оцінити його конкурентоспроможність.

Аналізуючи будівельну організацію, як частковий випадок підприємства на основі загальних положень, скоректованих і адаптованих до специфіки галузі, можна визначити структуру факторів, що впливають на конкурентоспроможність будівельної організації. У складі двох комплексів факторів зовнішнього і внутрішнього середовища можна виділити однорідні взаємозв'язані групи (рисунок).

Ефективність реалізації стратегічних рішень щодо підвищення конкурентоспроможності продукції на ринку житлового будівництва, не можлива без врахування зовнішніх соціально-економічних факторів: соціально-політичної ситуації, яка позначається на ступінь орієнтації населення на виробничу діяльність, а також на рівень соціальної напруги; соціально-демографічної ситуації в регіоні, яка впливає на задоволення потреби будівельних підприємств різними категоріями робітників, знов-таки престижність тої чи іншої професії, роду заняття; рівень життя населення в регіоні, що вказує на стан платіжного забезпечення його потреб; розвиток споживчого ринку свідчить про рівень попиту на об'єкти житлового будівництва. Рівень підприємницької активності регіону демонструє схильність населення до реалізації підприємницьких ініціатив.

Зазначимо, що адміністративно-правові фактори, а саме нормативно-правова база, органи державної влади та управління, податкові органи, місцева адміністрація не відносяться безпосередньо до елементів ринку житлового будівництва, але в значній мірі здійснюють вплив на процес реалізації об'єктів житлової нерухомості.

Конкурентоспроможність будівельної продукції на ринку житлового будівництва залежить також від внутрішніх факторів, якими будівельне підприємство здатне повністю управляти, зокрема, виробничі, управлінські (менеджмент) та маркетингові фактори.



Рисунок. Структура факторів, що забезпечують конкурентоспроможність будівельних підприємств

Виробничі фактори конкурентоспроможності будівельного підприємства на ринку житлового будівництва – це ті технологічні особливості, які дають конкурентні переваги порівняно з конкурентами у якості, собівартості 1 м² житла, строках введення в експлуатацію. До виробничих факторів відносяться: форми та методи організації виробництва, технологічне проектування, виробнича потужність та час.

Організація виробництва визначає загальні закономірності організації виробничих систем, форми й методи здійснення виробничих процесів виготовлення конкурентоспроможної продукції за раціонального використання трудових, матеріально-технічних та фінансових ресурсів. Застосування певної технології виконання будівельно-монтажних робіт має бути підтверджено технологічною можливістю спорудження об'єкта на стадії його проектного розроблення, виходячи з наявності техніко-технологічних засобів будівельних організацій. Виробнича потужність будівельного підприємства характеризує роботу основних виробничих фондів за умов, коли можна повністю використовувати потенційні можливості, закладені в активних засобах праці. Для підприємств на ринку житлового будівництва виробнича потужність може бути виражена у квадратних метрах загальної житлової площі.

Зазначимо важливість фактора часу для отримання позитивного результату сумісної діяльності інвестора (замовника) та підрядного будівельного підприємства, а саме втрати інвестора можна зменшити при умові вводу об'єкта в більш короткі строки.

Ефективний менеджмент будівельного підприємства можливий за умови регулювання даного процесу в межах внутрішніх факторів, а саме: планування, управління трудовими ресурсами, логістика, управління фінансами.

Вдосконалення планування, з метою підвищення конкурентоспроможності будівельної продукції на ринку житлового будівництва, є засобом впровадження науково розроблених перспектив та активного впливу на всі процеси, що відбуваються у ході виробництва й реалізації продукції. Забезпечення кваліфікованими працівниками процесу будівництва і реалізації готового житла є одним із головних факторів, що впливає на конкурентоспроможність будівельного підприємства на ринку житлового будівництва. Головна мета логістики - це доставка потрібного вантажу відповідної якості, в конкретній кількості в потрібний час і в необхідне місце із найменшими витратами.

Маркетингові фактори конкурентоспроможності можна класифікувати за видами маркетингової діяльності, за складовими комплексу маркетингу тощо. Не одне з будівельних підприємств не може успішно

виживати в конкурентному середовищі, якщо воно не має чітких орієнтирів напрямку розвитку. Координація маркетингу і всіх інших функціональних підрозділів дає можливість реалістично намітити напрямок необхідних змін, які сприяють придбанню конкурентних переваг.

Інформація про ринок – найважливіша складова частина маркетингу, її отримують шляхом систематичного дослідження ринку. Реалізація товару на ринку житлового будівництва, по-перше, залежить від його споживчої якості, інвестиційної активності підприємств і платоспроможності населення. По-друге, будівельна продукція може бути продуктом відкладеного споживання, коли споживач задовольняється продуктом, що є у нього, або звертається на вторинний ринок за товаром гіршої якості, намічаючи в перспективі придбання іншої нерухомості. По-третє, будівельна продукція ринку житлового будівництва орієнтована на тривале користування, через це споживач рідко звертається на ринок за новим товаром, частіше його будуть цікавити покращення товару – ремонт, модернізація, реконструкція. Отже, важливу роль відіграє вибір цільового ринку, щодо якого підприємство може розвивати свої конкурентні переваги.

Позиціонування будівельної продукції на цільовому сегменті ринку – це процес забезпечення даної продукції і будівельного підприємства найбільшими купівельними перевагами. Факторами, що визначають позицію будівельної продукції на ринку, є: ціна, якість, репутація будівельного підприємства та інші, характеризуючи об'єкт житлової нерухомості і забудовника.

Однією з умов перспективного розвитку житлового будівництва є впровадження інновацій у будівництво житла, яке має важливе значення для підвищення економічної ефективності галузі. Так, Ю.О. Суркова відзначає: «...інтелектуальний потенціал є основою економічного зростання будівельної індустрії, а також важливим фактором конкурентоспроможності будівельного бізнесу, підвищення добробуту населення України» [7]. Слід зазначити, що без інноваційного потенціалу будівельні підприємства не можуть бути стратегічно гнучкими, а відповідно до цього конкурентоспроможними. Ефективне використання інноваційного потенціалу є одним із головних факторів, що визначають стабільність будівельного підприємства.

Для розвитку конкурентних відносин з метою підвищення ефективності на ринку житлового будівництва регіону доцільно створювати будівельні кластери. Такі територіальні об'єднання забезпечують взаємозв'язок усіх компонентів виробничого процесу – від постачальників сировини до споживачів кінцевого продукту, включаючи обслуго-

вуючу сферу і спеціалізовану інфраструктуру. При цьому головною метою такого об'єднання є досягнення конкретного економічного результату щодо підвищення ефективності діяльності кожного окремого підприємства, що в цілому сприятиме зміцненню і прискоренню розвитку економіки регіону.

Економічний ефект від створення кластерів в будівельній сфері обумовлений виробничо-будівельною кооперацією, яка дозволяє ефективно використовувати сукупний потенціал мережевих партнерів; зниженням витрат на модернізацію будівельної продукції шляхом передачі частини робіт партнерам, які спеціалізуються в конкретних видах діяльності; підвищенням ефективності процесу забезпечення будівельного виробництва сировиною, матеріалами, деталями, конструкціями на основі встановлення довгострокових партнерських зв'язків; підвищенням ефективності виконання окремих управлінських функцій за рахунок поділу праці, спеціалізації, залучення спеціалізованих організацій будівельного профілю; підвищенням ефективності робіт в області збуту та сервісного обслуговування, придбання необхідних ресурсів; підвищенням надійності мережевих партнерів в інвестиційно-фінансовій кооперації.

Висновки. Таким чином, на конкурентоспроможність будівельного підприємства на ринку житлового будівництва впливає низка факторів. Зазначимо, що за правильного управління кожен фактор здатний сприяти формуванню додаткових конкурентних переваг, тому важливим є визначення методів і напрямків управління факторами конкурентоспроможності будівельного підприємства на ринку житлового будівництва. Встановлено, що для підвищення економічної ефективності на ринку житлового будівництва доцільно створювати будівельні кластери.

1. Портер, Майкл, Э. Конкуренция / пер. с англ. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2005. – 608 с.
2. Конкурентоспроможність національної економіки / А. В. Бабак, С. Ф. Биконія, О. Ю. Болховітінова та ін.; за ред. Б. Є. Кваснюка / Інститут економіки та прогнозування НАН України. – К. : Фенікс, 2005. – 495 с.
3. Лук'яненко Д. Г. Управління міжнародною конкурентоспроможністю в умовах глобалізації економічного розвитку: Монографія / Д. Г. Лук'яненко, А. М. Поручник, Л. А. Антонюк та ін. – К. : КНЕУ, 2006. – Т. II. – 592 с.
4. Фатхудинов Р. А. Стратегический маркетинг: Учебник, 5-е изд., перераб. и доп. – СПб. : Питер, 2008. – 368 с.
5. Чевганова В. Я. Конкурентоспроможність: сутність, оцінка та шляхи підвищення її рівня (регіон, галузь, підприємство): монографія / В. Я. Чевганова, І. А. Брижань, К. А. Земцова, О. О. Олійник. – Полтава : ПолтНТУ, 2010. – 256 с.
6. Торкатюк В. И., Дмитрук И. А., Стадник Г. В. Оптимизация управления процессом деятельности строительного предприятия. – Харьков : ХНАМГ, 2004. – 552 с.
7. Суркова Ю. О. Проблеми реалізації інноваційної моделі розвитку у вітчизняному будівельному комплексі / Ю. О. Сур-

Рецензент: д.е.н., доцент Онищенко А. М. (Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут»)

Shcherbinina S. A., Assistant, Kryvoruchenko A. V., Kiselyov I. H.
(National Technical University named by Yu. Kondratuk, Poltava)

COMPETITIVENESS CONSTRUCTION ENTERPRISE AS THE DIRECTION OF INCREASING ECONOMIC EFFICIENCY OF HOUSING CONSTRUCTION

Factors affecting the competitiveness of construction company with specific industry are examined. Direction of increasing economic efficiency of housing is defined.

Keywords: competitiveness, building products, construction company, housing market, construction clusters.

Щербинина С. А., ассистент, Криворученко А. В., Киселев И. Г.
(Национальный технический университет им. Ю. Кондратюка, г. Полтава)

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ СТРОИТЕЛЬНЫХ КОМПАНИЙ КАК НАПРАВЛЕНИЕ ПОВЫШЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЖИЛИЩНОГО СТРОИТЕЛЬСТВА

Исследованы факторы, влияющие на конкурентоспособность строительного предприятия с учетом специфики отрасли. Определены направления повышения экономической эффективности жилищного строительства.

Ключевые слова: конкурентоспособность, строительная продукция, строительное предприятие, рынок жилищного строительства, строительные кластеры.
