

Білега О.В., к.е.н., доц.

доцент кафедри менеджменту та управління проектами

Пояркова О. С.

магістр, спеціальність «Менеджмент організацій»

Одеської державної академії будівництва та архітектури

м. Одеса, Україна

КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ ПІДПРИЄМСТВ БУДІВЕЛЬНОЇ СФЕРИ: СУТНІСТЬ, ТИПИ ТА ШЛЯХИ ЇХ ФОРМУВАННЯ

В умовах глобалізації та необхідному інтегруванні у економіко – світовий простір, загальним критерієм стратегії розвитку будівельного комплексу України в цілому має стати конкурентоспроможність будівельних компаній, як імовірність реалізації конкурентних переваг на внутрішньому та зовнішньому будівельних ринках.

Господарська діяльність підприємств в умовах ринкової економіки перебуває під дією різноманітних чинників, головним з яких є дія конкуренції. Саме зростання чисельності виробників та насичення ринку різноманітними продуктами вимагає від товаровиробників пошуку різних шляхів захисту своєї діяльності від багатьох ринкових ризиків, тобто пошуку способів підтримування стабільного попиту на товари, що виготовляються. Однією із провідних дій у даному напрямі є формування та забезпечення підприємству стійких конкурентних переваг, оскільки саме від них залежатиме зацікавленість споживачів, а, отже, і обсяги збуту продукції підприємства. Таким чином, питання сутності та шляхів удосконалення конкурентних переваг на будівельних підприємствах на сьогодні набувають особливої актуальності і потребують глибокого дослідження.

Виклад основного матеріалу дослідження. Згідно наказу "Про

затвердження Методичних рекомендацій розрахунку внутрішньогалузевої конкурентоспроможності підприємств" від 19.10.2010 № 1330), конкурентоспроможність підприємства – це можливість (реальна та потенційна) підприємства у певних умовах проектувати, виготовляти та збувати товари, що за ціновими та неціновими характеристиками є більш привабливими для споживачів, ніж товари конкурентів [1].

В основі конкурентоспроможності на будь-якому рівні лежить конкурентна перевага. Визначення сутності конкурентної переваги - одне з найважливіших завдань при дослідженні проблем конкурентоспроможності. Існує декілька підходів щодо трактування цього поняття. Одним з найпоширеніших підходів є зв'язок конкурентних переваг з ефективністю використання ресурсів. Так, Р. Грант уточнює, що така перевага полягає у досягненні або наявності потенціалу досягнення більш високого рівня прибутковості [2, с. 334].

М. Портер розглядає конкурентну перевагу як «сукупність чинників, що визначають успіх або неуспіх підприємства в конкуренції; продуктивність використання ресурсів» [3, с. 189]. Він виділяє два основних типи конкурентних переваг підприємства – низькі витрати та диференціація, які у комбінації з масштабами конкурентного бізнесу дозволяють розробити три базові стратегії, що сприяють досягненню фірмою результатів, які перевищують середньогалузеві: лідерство у витратах; диференціація та фокусування [3 с. 151].

Конкурентна перевага створюється і утримується в тісному зв'язку з місцевими умовами. На успіх конкуренції може впливати структура національної економіки, шкала цінностей, національна культура, державні установи і історія країни. Й. Шумпетер вважав, що в конкуренції немає рівноваги, конкуренція - ландшафт, що безперервно змінюється, на якому з'являються нові товари, нові шляхи маркетингу, нові виробничі процеси і нові ринкові сегменти [4, с. 273].

Відповідно до вище написаного, під управлінням конкурентоспроможності будівельних компаній розуміється науково обґрунтований і цілеспрямований процес впливу суб'єктів різних рівнів управління будівельних компаній на конкурентні відносини, який забезпечить ефективне вирішення питань формування, підтримки і розвитку конкурентних переваг.

Саме тому на будівельних підприємством слід виділяти три основні рівні управління конкурентоспроможності: стратегічний, тактичний і оперативний.

Стратегічне управління конкурентоспроможністю будівельного підприємства повинно бути спрямоване на пошук, визначення і формування стратегічних цілей задля забезпечення конкурентоспроможності. Тактичне управління конкурентоспроможністю має бути спрямоване на формування тактики її забезпечення, різноманітних тактичних прийомів, які обирає будівельна компанія проти своїх конкурентів. Оперативне управління – об'єкт оперативного менеджменту, що здійснюється безперервно в процесі розв'язання поточних завдань забезпечення конкурентоспроможності компанія, тобто воно повинно розробляти комплекс заходів для усунення не передбачених проблем.

Усі ці рівні мають бути пов'язані між собою як у тимчасовому, так і у функціональному аспекті, тому що завдання конкурентної тактики впливають на рішення завдань.

Висновки. Сьогодні проблема управління конкурентоспроможністю будівельних організацій стає актуальною для сучасних підприємств, адже світова криза загострила важку ситуацію в конкурентній боротьбі підприємств в будівельній галузі. Не маючи змоги провести адекватну та своєчасну оцінку рівня власного конкурентного потенціалу, виявлення та аналізу факторів безпосереднього впливу на конкурентні позиції будівельної компанії, його керівництво робить неможливим розробку та впровадження стратегії існування та функціонування організації. Тому саме формування

моделі ефективної системи управління конкурентоспроможністю будівельних організацій буде вірним шляхом для розвитку будівельного комплексу України в ринкових умовах. І виділення трьох основних рівнів управління конкурентоспроможності (і подальше їх формування) – один з найкращих рішень.

Список літератури:

1. Наказ "Про затвердження Методичних рекомендацій розрахунку внутрішньогалузевої конкурентоспроможності підприємств" від 19.10.2010 № 1330. [електронний ресурс <http://document.ua/pro-zatverdzhennja-metodichnih-rekomendacii-rozrahunku-vnutr-doc49115.html>]
2. Грант Р. М. Современный стратегический анализ. 5-е изд. / Пер. с англ. под ред. В. Н. Фунтова / Р.М. Грант. – СПб.: Питер, 2008. – 560 с.
3. Портер М. Международная конкуренция: конкурентные преимущества стран / Пер. с англ. Под. ред. и с предисловием В. Д. Щетинина. / М. Портер. – М.: Международные отношения, 1993. – 896 с.
4. Шумпетер И. Теория экономического развития (исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры) / И. Шумпетер. - М.: Прогресс, 1982. – 455 с.