

УДК 69.003:658.1

Т. Ю. Шейко, КНУБА, м. Київ

**МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО
ВИЗНАЧЕННЯ Й ОЦІНКИ КОНКУРЕНТО-
СПРОМОЖНОСТІ У БУДІВНИЦТВІ**

Актуальність проблеми підвищення конкурентоспроможності будівельних підприємств обґрунтовується постійною зміною політичних та економічних умов в нашій країні, посиленням конкурентної боротьби. Мінливість ринкової ситуації вимагає швидкої адаптації будівельних фірм, негайної розробки ефективної стратегії. Правильно оцінивши власні переваги та недоліки, створивши стратегічний план, підприємство отримує можливість підвищити успішність своєї діяльності. Метою даної статті є дослідження основних підходів до підвищення конкурентоспроможності підприємства та застосування їх у будівельній сфері.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: оцінка конкурентоспроможності, конкурентоспроможність будівельної організації, стратегічна конкурентоспроможність.

Вступ. Як показує світовий досвід, відродження економіки країни розпочинається з будівельної галузі. Саме у сфері будівництва мають відбутися ті найважливіші зміни, які підсилять розвиток ринкових відносин в Україні та прискорять вихід економіки з кризового становища. Сучасний стан економіки висуває складні вимоги до успішного функціонування будівельної галузі. Орієнтація економіки на конкурентоспроможність є об'єктивною необхідністю. На теперішній час багато вітчизняних будівельних підприємств знаходяться у пошуку нових методів роботи, які б дали змогу краще просувати свій товар на ринку та задовольнити потреби споживача. Метою кожної будівельної компанії є розв'язання проблеми підвищення конкурентоспроможності та збільшення

своєї долі на ринку. Встановлення та розвиток ринкових відносин вимагає нових наукових досліджень з аналізу, оцінки та підвищення конкурентоспроможності. Відсутність у будівельних підприємств чіткої стратегії, фінансово-економічних цілей та критеріїв оцінки їхньої діяльності робить розв'язання цієї проблеми складною задачею. Недостатнє методологічне та теоретичне освітлення питання конкурентоспроможності в умовах перехідної економіки, робить тему дослідження дуже актуальною. Підвищення конкурентоспроможності будівельних організацій на теперішній час є одним з основних завдань у галузі будівництва в Україні.

Аналіз досліджень і публікацій.

Значний внесок в дослідження теми конкуренції зробили такі українські вчені, як А. Гальчинський, В. Глущенко, А. Задоя, Ю. Петруня, М. Єрмошенко, П. Єщенко, С. Мочерний, Ю. Палкін, А. Пелих та ін.

Серед зарубіжних авторів можна відзначити таких дослідників як М. Портер, А. Сміт, Дж. О'Шонессі, Ж.-Ж. Ламбен, Д. Ріккардо, А. Маршалл, Е. Чемберлен, І. Бегг та ін.

Серед російських вчених, що займалися питанням конкурентних відносин - Р. А. Фатхутдінов, Г. Л. Азоев, Ю. І. Коробов, Л. Г. Раменський та ін.

Постановка завдання. В статті проводиться дослідження основних підходів до підвищення конкурентоспроможності, даються рекомендації щодо вибору методу її оцінки та шляхів досягнення успіху будівельного підприємства в сучасних ринкових умовах.

Основна частина. Конкуренція та конкурентоспроможність є дуже багатограними поняттями і не можна стверджувати, що існує їхнє повне розуміння. У перекладі з латинської мови «конкуренція» означає зіткнення, змагання.

К. Р. Макконнелл і С. Л. Брю вважають, що конкуренція – це наявність на ринку великої кількості незалежних покупців та продавців, можливість для покупців та продавців вільно входити на ринок і виходити з нього. [1]

А. Ю. Юданов розуміє під конкуренцією боротьбу фірм за платоспроможний попит. [2]

Багато авторів намагалися дати визначення конкурентоспроможності, розглядаючи це поняття в різних ракурсах: внутрішньої та зовнішньої діяльності фірми; товару, як складової частини конкурентоспроможності; товару та виробничої діяльності підприємства.

Так, Л. М. Калашнікова дає різностороннє визначення конкурентоспроможності. А саме, конкурентоспроможність – це комплексне поняття, яке обумовлено системою та якістю управління, якістю продукції, різноманіттям та глибиною асортименту, що потребує суспільство або окремі його члени, стабільним фінансовим станом, здатністю до інновацій, ефективним використанням ресурсів, цілеспрямованою роботою з персоналом, рівнем системи товарообігу та сервісу, іміджем фірми. [3]

Виходячи з аналізу літературних джерел, існують різні підходи до конкурентоспроможності. Одні науковці концентрують увагу на поясненні та розумінні самого поняття, аналізі структури конкурентоспроможності. Інші – на розробці методів оцінки та вимірювання.

Аналізуючи існуючі моделі, зупинимося на деяких з них та розглянемо в контексті застосування у будівельній галузі в Україні.

Значний внесок в дослідження цього питання зробив М. Портер, запропонувавши модель, яка може бути з успіхом використана для структуризації та кращого розуміння сутності конкурентоспроможності у будівництві окремих корпорацій і фірм. [4] М. Портер виділив чотири основні фактори, які, на його думку, впливають на успішність компанії в ринковій боротьбі та утворюють так званий «діамант». Ці чотири складові є взаємопов'язаними і в контексті будівництва набувають наступних значень:

1. *Факторні умови* стосуються людських та матеріальних ресурсів, науково-технічної бази будівництва.

2. *Умови попиту* характеризують розмір та структуру попиту на будівельному ринку.

3. *Суміжні підтримуючі галузі* стосуються наявності чи відсутності виробників будівельних матеріалів, будівельних машин, обслуговуючих фірм та інших компаній, що мають безпосереднє відношення до діяльності будівельної організації.

4. *Стратегія, структура та конкуренція фірми* включає у себе стратегію розвитку будівельної організації та її структуру, а також, специфіку конкуренції на будівельному ринку.

Поряд з чотирма основними факторами, М. Портер визначив ще дві складові конкурентоспроможності, що стоять в його моделі «діаманту» осторонь. Це *уряд*, який має виконувати роль каталізатора даної галузі виробництва та стимулювати підприємства підвищувати рівень конкурентної ефективності. Другим окремим складовим компонентом є *шанс* або *випадок*, який відображає зміни в економіці країни та світу, зміни попиту, падіння або зростання національної валюти, раптові зміни політичного устрою, випадок війни.

Іншим аналітичним та структурним підходом до конкурентоспроможності є SWOT – аналіз, який розробила група вчених Стенфордського Дослідницького Інституту. [5] Матриця SWOT складається з чотирьох основних факторів: Strengths (сили), Weaknesses (слабкості), Opportunities (сприятливі можливості) і Threats (загрози). При чому S (сили) та W (слабкості) вважаються факторами, що відображають внутрішню обстановку фірми, тоді як O (сприятливі можливості) і T (ризик) обумовлені зовнішнім середовищем. Розглянемо кожний з цих факторів в контексті галузі будівництва.

1. *Сили*. Будівництво є такою галуззю виробництва, де більш за все цінується ефективність та дотримання запланованих термінів виконання робіт. Таким чином, сильною стороною будівельної фірми буде якісний проектний менеджмент. Також, наприклад, диверсифікація проектів, орієнтація на різні типи споживачів, дає

додатковий запас «міцності» на той випадок, коли буде спостерігатися уповільнення одного з напрямків діяльності.

2. *Слабкості.* Діяльність компанії зосереджена тільки в одному регіоні, вузька спеціалізація (наприклад, фірма займається суто реконструкцією). Відсутність кваліфікованого персоналу, неефективна організація будівельного процесу і т. ін.

3. *Сприятливі можливості.* Важливу роль для процвітання будівельної компанії може зіграти вміння передбачати зміни тенденцій в інтересах споживачів. З огляду на це, відкриття нового підрозділу стане сприятливою можливістю, так як забезпечить додаткові шанси виграти конкурентну боротьбу.

4. *Ризики.* Значним ризиком можуть стати раптові політичні та економічні зміни в країні. Але незважаючи на те, що більшість ризиків знаходяться у зовнішньому середовищі, зависока ціна на будівельну продукцію фірми у порівнянні з конкурентами теж може стати ризиком.

SWOT – аналіз є інструментом, за допомогою якого менеджери будівельних організацій мають змогу порівнювати внутрішній потенціал своєї компанії з тими можливостями, що існують на ринку. Виходячи з цього, робиться висновок про те, в якому напрямку організація має розвивати свою діяльність, як розподілити пріоритети, як найбільш ефективно використати свої ресурси. Даний метод характеризується гнучкістю та вільним вибором елементів аналізу в залежності від поставленої конкретної мети, такої як, наприклад, отримання більшого доступу до кредитних або позикових ресурсів, збільшення зацікавленості з боку покупців будівельної продукції, вдосконалення цінової політики і т. ін.

Поряд з аналізом структури конкурентоспроможності фірми, важливе місце в її дослідженні займають методи оцінки. Досить ефективною є методика Ж.Ж. Ламбена [6], яка полягає в оцінці конкурентоспроможності по 6 критеріям (індикаторам) за 5-ти бальною шкалою. Коефіцієнт конкурентоспроможності

визначається як відношення бальних оцінок компанії до бальних оцінок лідера. Лідером в даному випадку виступає компанія, що отримала найвищу сумарну бальну оцінку і якій призначається коефіцієнт, що дорівнює одиниці. Вважається, що компанія має високий рівень конкурентоспроможності, коли значення коефіцієнта від 1,0 до 0,9. Середній рівень конкурентоспроможності досягається при коефіцієнті від 0,9 до 0,7. Низький рівень - коли значення коефіцієнта є нижчим за 0,7. Цей метод допомагає визначити не тільки місце власної компанії на ринку, але й оцінити позиції конкурентів, так як в ході оцінки бали підраховуються по кожній окремій компанії. Через те, що український будівельний ринок має ознаки олігополії або такої ринкової структури, яка характеризується наявністю декількох значних підприємств, які контролюють велику частину ринку, використання цього методу є небезпідставним.

Окрім цього, ефективними інструментами дослідження та оцінки конкурентоспроможності підприємства є матриця Мак-Кінзі, концепція «4P», методики визначення коефіцієнтів конкурентоспроможності і т. ін. Так як жодний з підходів не може гарантувати повну обґрунтованість висновків, рекомендується використовувати поєднання декількох інструментів та підходити до розв'язання питання конкурентоспроможності підприємства комплексно.

Визначення та оцінка конкурентоспроможності є таким етапом аналізу, який характеризує конкурентоспроможність на конкретний момент часу. Але у зв'язку з тим, що стратегічне управління є необхідним чинником виживання будівельної організації в умовах конкуренції, його теж необхідно враховувати. В постійно змінюючихся умовах зовнішнього та внутрішнього середовища, діяльність компанії доцільно розглядати в динаміці. Стратегічна конкурентоспроможність розглядає діяльність компанії у перспективі, її довгострокову стратегію. З огляду на це, явище конкурентоспроможності доцільно

розглядати як процес, враховуючи ринкові зміни, залежно від тієї чи іншої ситуації поступово розробляючи виграну стратегію. Таким чином, можна виділити три основні стадії дослідження конкурентоспроможності:

1. Визначення та оцінка конкурентоспроможності.

Визначення факторів, що впливають на конкурентоспроможність.

Вибір методів оцінки конкурентоспроможності.

Структуризація та оцінка конкурентоспроможності.

2. Розробка стратегії та контроль за її виконанням.

Вдосконалення діяльності компанії, проектного менеджменту.

Стратегічне планування розвитку компанії та її продукту.

Підвищення кваліфікації працівників.

3. Конкурентоспроможна продукція.

Оцінка та контроль якості продукції у порівнянні з конкурентами.

Оцінка якості обслуговування споживачів.

Оцінка загальної продуктивності компанії та результатів її діяльності.

Висновки. Конкурентоспроможність є багатограним поняттям, яке може бути визначено та оцінено багатьма шляхами. Беручи до уваги специфіку будівельного ринку в Україні в умовах кризового стану економіки, доцільним є проведення аналізу і оцінки тих сторін діяльності підприємства, які дозволяють зайняти стійку ринкову позицію. Для цього треба виділити та проаналізувати основні фактори, які впливають на конкурентоспроможність підприємства, оцінити позицію фірми на ринку, а також позиції фірм-конкурентів. Не всі існуючі методики оцінки конкурентоспроможності можна застосувати до тієї чи іншої організації. Вибір методу залежить від наявності вихідних даних або рівня складності їх отримання, фінансової складової, специфіки будівельної фірми, її цілей. Треба брати до уваги те, що деякі з методів оцінки є досить витратними та потребують запрошення експертів. Якщо одні методи оцінки є досить швидкими, то

інші потребують багато часу на їх виконання. Кожна організація має обрати саме той метод або підхід до аналізу конкурентоспроможності, який найбільше підходить у тій чи іншій ситуації. Для того, щоб забезпечити довгостроковий успіх компанії, необхідно розробити стратегічний план, який допоможе здобути конкурентні переваги та запропонувати конкурентоспроможну продукцію на ринку. Досягнення конкурентоспроможності – є стратегічною довгостроковою метою кожної будівельної компанії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Макконнелл К. Р. Аналітична економія: Принципи, проблеми і політика. Частина 2. Мікроекономіка. / К. Р. Макконнелл, С. Л. Брю; пер. з англ. – Львів: Просвіта, 1999. – 652 с.
2. Юданов А. Ю. Конкуренция. Теория и практика. / А. Ю. Юданов. – М.: Прогресс, 1996. – 39 с.
3. Калашникова Л. М. Конкурентоспособность предприятий и их продукции. / Л. М. Калашникова. // Машиностроитель. – 2003. – №11.
4. Porter M. E. The competitive advantage of nations. / M. E. Porter. – London: Macmillan, 1990. – 855 с.
5. Дибб С. Практическое руководство по сегментированию рынка. / С. Дибб, Л. Симкин. – СПб: Питер, 2002. – 240 с.
6. Ламбен Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива. / Ж.-Ж. Ламбен; пер. с фр. – СПб.: Наука, 1996. – 589 с.

АННОТАЦИЯ

Актуальность проблемы повышения конкурентоспособности строительных предприятий обосновывается постоянным изменением политических и экономических условий в нашей стране, усилением конкурентной борьбы. Изменчивость рыночной ситуации требует быстрой адаптации строительных фирм, незамедлительной разработки эффективной стратегии. Правильно оценив собственные преимущества и недостатки, создав стратегический план, предприятие

получает возможность повысить успешность своей деятельности. Целью данной статьи является исследование основных подходов к увеличению конкурентоспособности предприятия и применение их в сфере строительства.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: оценка конкурентоспособности, конкурентоспособность строительной организации, стратегическая конкурентоспособность.

ANNOTATION

Actuality of the problem of increasing of the competitiveness of construction companies is justified through the constant changes in political and economic conditions of the country and increased competition. The variability of the market situation requires rapid adaptation of construction companies, immediate development of an effective strategy. Correctly assessing advantages and disadvantages, creating an efficient strategic plan, the company gets a chance to enhance successfulness of its activity. The goal of this article is to research the basic approaches to increase the competitiveness of an enterprise and their application in the construction industry.

KEYWORDS: assessment of competitiveness, the competitiveness of the construction company, the strategic competitiveness.

УДК 69.003

О.К. Шевчук, асп., КНУБА, м. Київ

РОЗВИТОК ВАРТІСНОГО ІНЖИНІРИНГУ В БУДІВНИЦТВІ

Розглядаються питання щодо розвитку вартісного інжинірингу як засобу впливу на ефективність будівельного виробництва. У статті наведено історичний аспект розвитку інжинірингу в будівництві. Розкрито сутність, визначення та види інжинірингу, реінжинірингу та ТРИЗ – інжинірингу. Розглянуто питання вартісного інжинірингу, як комплексного управління вартістю.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: інжиніринг, вартісний інжиніринг, інжинірингові послуги, будівельна галузь, бізнес-процес, управління вартістю.

Постановка проблеми. Зарубіжний досвід економічно розвинутих країн свідчить, що їх ефективність, поряд з іншими чинниками, забезпечується розвитком інжинірингу у цілому та вартісного інжинірингу зокрема. У них велике розмаїття інжинірингових компаній як за сферою діяльності так і чисельністю.

Будівництво як галузь має специфічні відмінності порівняно з іншими галузями економіки, обумовлені характером виробництва та кінцевої продукції. Це нестаціонарність, різноманітність робіт та технологій їх виконання; рухомими є робочі місця і засоби виробництва, а будівельна продукція нерухома, залишається на місці її створення; технологічний взаємозв'язок будівельних операцій, нерівномірне співвідношення окремих робіт за складністю та трудомісткістю, які виконуються відносно у короткі терміни, за значної загальної тривалості будівництва; велика кількість учасників будівництва (різноманітні за спеціалізацією будівельні організації, служба замовника, постачальники матеріально-технічних ресурсів тощо); велика матеріалоємність будівництва; кліматичні впливи; зміни умов