

ВПЛИВ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ БУДІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розкрито сутність конкурентоспроможності продукції будівельного підприємства, а також наведено систему управління конкурентоспроможністю будівельного підприємства.

Аннотация. Раскрыта сущность конкурентоспособности продукции строительного предприятия, а также представлена система управления конкурентоспособностью строительного предприятия.

Annotation. The article investigates the product competitiveness essence of the building enterprise. This work offers the control system of the building enterprise competitiveness which most efficiently solves all formulated questions.

Ключові слова: конкурентоспроможність продукції, будівельне підприємство, оцінка, система управління.

Сучасне кризове становище країни спонукає будівельні підприємства орієнтувати свою діяльність на досягнення стратегічних і тактичних цілей, що дозволяють завоювати стійкі конкурентні позиції й забезпечити зростання своєї конкурентоспроможності. У сформованих умовах особливо важливо правильно оцінити ринкову ситуацію для того, щоб вибрати ефективні методи конкурентної боротьби. Дані методи повинні враховувати особливості конкретної галузі й тенденції її розвитку.

Щоб стати конкурентоспроможним у сучасних умовах, будівельному підприємству необхідно прагнути бути кращим у галузі, на ринку хоча б за одним із найважливіших показників виробничої діяльності. Для цього необхідно виявити порівняльні переваги підприємства й користуватися ними для перемоги в конкурентній боротьбі.

Конкурентоспроможність будівельного підприємства – це здатність конкретної будівельної організації задовольняти потреби обраних цільових сегментів ринку житла, принаймні не гірше, ніж це роблять інші будівельні організації, що працюють у тому ж сегменті та які пропонують будівельну продукцію або послуги високої якості для задоволення тих же самих потреб.

Проблема конкурентоспроможності будівельного підприємства в економічній літературі недостатньо досліджена. Зустрічаються лише окремі фрагменти, що побічно розкривають теоретичні та методологічні аспекти

оцінки й управління конкурентоспроможністю будівельного підприємства.

Вивчення загальнотеоретичних аспектів конкурентоспроможності підприємства дозволяє зробити висновок, що вітчизняні роботи з методологічних і методичних підходів до вирішення цієї проблеми представлені недостатньо. Більшість авторів спирається лише на закордонні розробки, як правило, не з огляду на специфіку України.

Будівельне підприємство має свою специфіку, тому конкурентоспроможність будівельного підприємства, головним чином, залежить від конкурентоспроможності продукції, що виробляється.

Таким чином, необхідно розкрити сутність конкурентоспроможності продукції будівельного підприємства.

Загальними питаннями конкурентоспроможності продукції і послуг займаються вітчизняні науковці, такі, як: Афанасьєв М. П., Долінська М. Г., Соловйов І. А. [1; 2] та ін., які визначають сутність поняття, етапи, методи кількісної оцінки та фактори, що впливають на рівень конкурентоспроможності продукції. Економістами виявлено два концептуальних підходи до визначення терміна конкурентоспроможності продукції:

1) за критерієм відповідності потребам та за сукупністю складових і вартісних параметрів. При цьому важливою складовою частиною цього підходу є рівень витрат споживача за час експлуатації продукції (ціна споживання);

2) за критерієм номенклатури параметрів, які визначають корисний ефект від використання продукції.

Науково обґрунтований вибір параметрів конкурентоспроможності продукції є однією із ключових проблем у методології оцінки. Виконання справжнього дослідження істотно ускладнилося відсутністю повноцінних методик оцінки конкурентоспроможності будівельної продукції. Існуючі розробки, головним чином, носять фрагментарний характер, рекомендуючи використовувати для оцінки конкурентоспроможності продукції окремі параметри [2].

Сутність принципів відмінностей понять конкурентоспроможності підприємства та продукції, поданих у літературі, зводиться до того, що: а) перше застосовується до тривалого періоду; б) суб'єктами оцінки тут виступають як споживач, так і виробник [3]. Оскільки будівельна продукція, як правило, має тривалий життєвий цикл, обумовлений довгим терміном служби, а забезпечення її конкурентоспроможності доцільно в стратегічному плані, то, перша вищевикладена відмінність стосовно будівельної галузі стає несуттєвою. Що стосується другої відмінності, то виробник також може оцінювати конкурентоспроможність продукції залежно від номенклатури параметрів, що включаються. Таким чином, основна відмінність конкурентоспроможності підприємства та продукції полягає, насамперед, у більш повному наборі характеристик, що детермінують конкурентоспроможність підприємства. При цьому ключовою метою її оцінки стає виявлення слабких сторін у виробничо-господарській діяльності та розробка системи заходів щодо їхнього поліпшення.

На сьогоднішній день сформувався два основних підходи до оцінки конкурентоспроможності будівельних підприємств. Одні дослідники (Ячничков Е. А., Гумба Х. М. та ін.) [4] пропонують використовувати для цього коефіцієнт конкурентоспроможності, обумовлений кількістю й обсягом виграних тендерів стосовно загальної кількості конкурентних випадків (тендерів, у яких бере участь підприємство):

$$K_o = \frac{\sum_{i=1}^{N_b} Q_i}{\sum_{i=1}^{N_o} Q_i} \quad (1)$$

де K_o – коефіцієнт конкурентоспроможності будівельної організації з урахуванням обсягу тендерів;

N_b – число виграних тендерів;

Q_i – обсяг у грошовому виразі i -го тендера;

N_o – загальна кількість тендерів.

Неважко помітити, що найвищий показник конкурентоспроможності в цьому випадку може мати підприємство, яке брало участь в одному тендері та яке виграла його.

Таким чином, незважаючи на простоту і зручність використання, даний підхід має істотні недоліки й у зв'язку з цим обмежений характер застосування. У той же час більшість дослідників сходяться в думці, що конкурентоспроможність будівельного підприємства визначається його здатністю одержувати замовлення в умовах конкурентної боротьби з іншими учасниками ринку. Таким чином, будівельне підприємство, щоб об'єктивно оцінити конкурентоспроможність виробленої ним будівельної продукції, повинне, в першу чергу, використовувати ті ж критерії, якими оперує споживач, тобто замовник.

Тому інший підхід до визначення комплексного показника конкурентоспроможності будівельно-монтажної організації пропонують Лапін Г. Н., Хамхоков Р. М., Шагіяхметова Е. І. та ін. На їх думку, для оцінки конкурентоспроможності необхідно використовувати інтегральний показник, що враховує комплекс фінансових, економічних, соціальних і технічних факторів.

У вітчизняній і закордонній літературі широко представлені фактори, що забезпечують конкурентоспроможність підприємств. З огляду на різноманіття робіт вітчизняний автор Джаферова С. Е. класифікувала їх за критерієм приналежності до середовища підприємства (рис. 1) [3, с. 118]. Забезпечення оптимального співвідношення складових елементів у процесі здійснення виробничо-господарської діяльності організацій означає управління конкурентоспроможністю та визначає її рівень. Слід зазначити, що виділені у схемі елементи є багатofакторними характеристиками, які, у свою чергу, необхідно розглядати як складні самостійні об'єкти управління.



Рис. 1. Структура факторів, які забезпечують конкурентоспроможність підприємства

Щоб продукція будівельного підприємства становила інтерес для покупця, вона повинна мати певні техніко-експлуатаційні й економічні параметри. Умовою придбання товару є відповідність цих параметрів основним характеристикам незадоволеної потреби покупця. У процесі купівлі споживач вибирає товар, встановлює відмітні ознаки, що характеризують конкурентну перевагу даного товару над аналогічними за значенням товарами конкурентів, що перебувають на ринку.

Специфіка будівельної продукції як інвестиційного товару, як відомо, полягає в закріпленості, нерухомості, капіталоємності, матеріалоємності, тривалості створення, експлуатації тощо. Вона визначає характер взаємин учасників інвестиційного процесу, особливості обігу будівельної продукції як товару. Унаслідок нерозривності фаз

виробництва й реалізації товар інвестиційного комплексу, як правило, не виходить на ринок у пошуках покупця, а створюється за замовленням відповідно до заздалегідь обраної моделі (проектом) і у строго заданому місці, будучи призначеним для певного замовника (інвестора).

Вибираючи підрядну організацію, замовник тим самим оцінює переваги виробленої нею будівельної продукції, тобто можливість задоволення своєї конкретної потреби і свою готовність нести витрати, пов'язані з будівництвом і експлуатацією об'єктів. Таким чином, сукупність якісних і вартісних характеристик будівельної продукції (будівельних послуг, підрядів) сприяє створенню її переваги над продукцією конкурентів у задоволенні конкретної потреби замовника й дозволяє кількісно оцінити її конкурентоспроможність.

Як згадувалося раніше, конкурентоспроможність будівельного підприємства нерозривно пов'язана з конкурентоспроможністю продукції. Але головним завданням є оцінка конкурентоспроможності саме підприємства, тому необхідно побудувати таку систему управління конкурен-

тоспроможністю будівельного підприємства, яка б найефективніше вирішувала всі поставлені питання.

На рис. 2 подана у вигляді схеми система управління конкурентоспроможністю будівельного підприємства, яка складається із 8 підсистем, які займають свою ланку в цій системі.

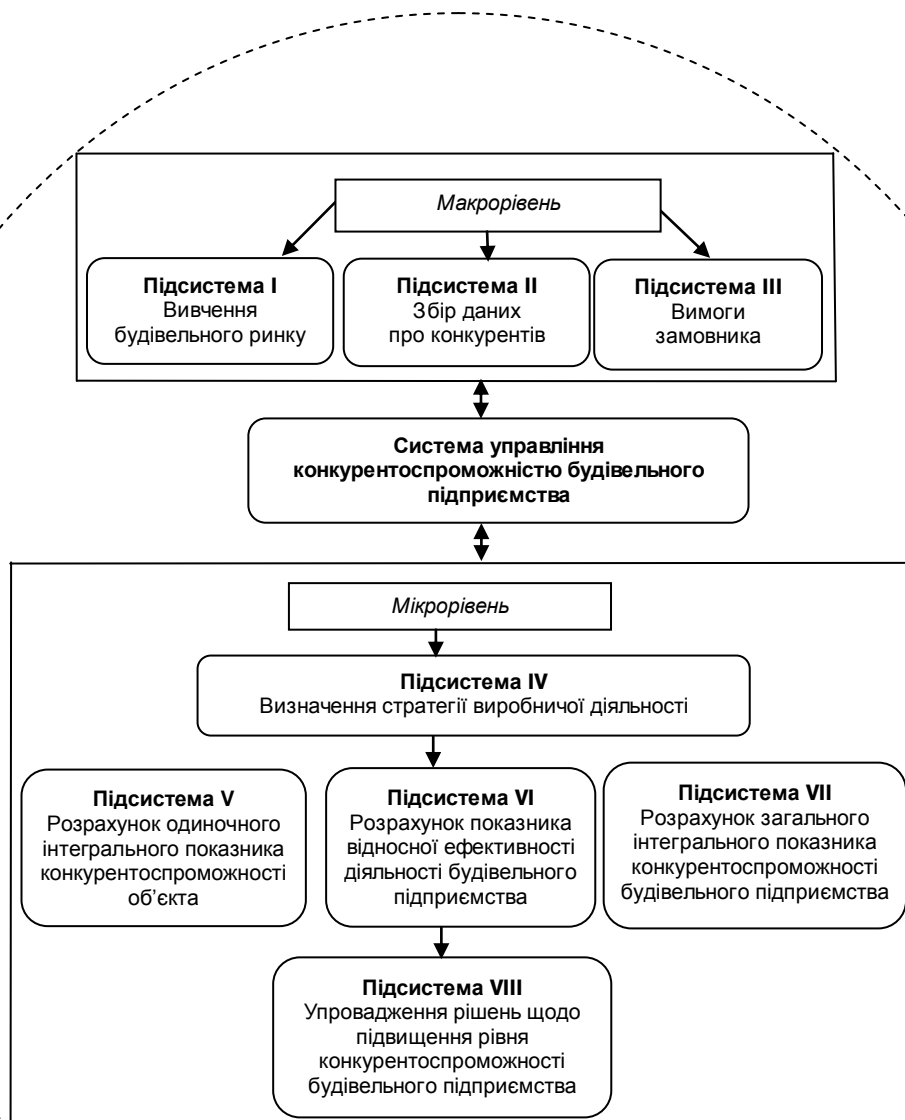


Рис. 2. Система управління конкурентоспроможністю будівельного підприємства

Однією з найважливіших умов при оцінці конкурентоспроможності будівельного підприємства є вивчення ринку будівельних і монтажних робіт, ринку інвесторів у відповідному регіоні (підсистема I) з метою визначення можливості висновку прямих договорів підряду. Разом із цим аналізується наявність і характер цін на основні види матеріально-технічних ресурсів. Доцільно також вивчити

зовнішнє юридичне середовище, де перебуває зона господарювання, а також вплив внутрішніх економічних факторів, включаючи процентні ставки, вартість оренди приміщення тощо. Результат дослідження умов господарської діяльності в сукупності із зовнішнім середовищем у регіоні формує стратегію й тактику поведінки будівельного підприємства в умовах ринку.

Збір даних про конкурентів (підсистема II) має на увазі одержання відомостей про обсяги, якість, ціни, витрати на будівництво об'єктів, систему оплати праці, рентабельність виробництва у відповідному регіоні тощо. Під вимогами замовників (підсистема III) варто розуміти комплекс вимог до якості, строків будівництва, ціни об'єкта. При цьому варто враховувати, що певні відомості мають характер комерційної таємниці. Важливе значення має також визначення стратегії, основних завдань і напрямів її виробничої діяльності (підсистема IV).

Підсистеми V й VI містять у собі розрахунок одиничного інтегрального показника конкурентоспроможності об'єкта та показника відносної ефективності діяльності будівельного підприємства. Інтегральний показник конкурентоспроможності може бути розрахований виходячи з можливих строків будівництва, ціни об'єкта й необхідного рівня якості. Значущість показників встановлюється на основі експертних оцінок за допомогою встановлення вагових коефіцієнтів. Відносний показник, який характеризує конкурентоспроможність, може бути розрахований виходячи з рівня рентабельності, фондівіддачі, продуктивності праці й рівня його оплати, соціальної захищеності працівників та ін.

Далі розраховується загальний інтегральний показник конкурентоспроможності будівельного підприємства, що становить чисельну характеристику за обома групами показників, наведених у підсистемах V та VI (підсистема VII). Заключним етапом є впровадження рішень, спрямованих на підвищення рівня конкурентоспроможності будівельного підприємства шляхом оптимізації значень основних техніко-економічних показників (підсистема VIII). При цьому необхідно враховувати величину витрат на проведення маркетингових досліджень і впровадження нововведень.

Таким чином, ефективне функціонування та довгостроковий розвиток будівельних підприємств залежать від рішення комплексу організаційно-економічних проблем, що викликаються нестабільністю ринкового середовища, зростанням коливаний обсягу та структури попиту, а також можливістю нецінової конкуренції.

Конкурентоспроможність будівельного підприємства залежить від: своєчасної діагностики та аналізу релевантних змін у ринковому середовищі, від використання наявних ресурсів, а також від оптимізації майнових активів; посилення контролю й підвищення відповідальності керівників за результати прийнятих рішень; зниження витрат; інтенсифікації виробничої, інноваційної й маркетингової діяльності, що може бути здійснено тільки за рахунок цілеспрямованого формування й ефективного використання конкурентоспроможного потенціалу.

Література: 1. Афанасьев М. П. Маркетинг: стратегия и практика фирм / М. П. Афанасьев. – М. : Финстатинформ, 1995. – 298 с. 2. Долинская М. Г. Маркетинг и конкурентоспособность промышленной продукции / М. Г. Долинская, И. А. Соловьев. – М. : Изд-во стандартов, 1991. – 128 с. 3. Джаферова С. Е. Проблемы повышения конкурентоспособности строительных организаций / С. Е. Джаферова // Научно-технический сборник "Коммунальное хозяйство городов". – № 71. – С. 115–120. 4. Яичников Е. А. Оценка конкурентоспособности строительной фирмы / Е. А. Яичников // Экономика строительства. – 1997. – 367 с.

Рецензент
докт. екон. наук,
професор Назарова Г. В.

Стаття надійшла до редакції
10.05.2011 р.

УДК 338.32+658.5

Пашкевич М. С.

УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДИКИ АНАЛІЗУ ТА ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ВИРОБНИЧИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто проблему ефективного управління ресурсами підприємства – процес аналізу та оцінки ефективності їх використання у виробництві. Удосконалено методику аналізу та оцінки ефективності використання виробничих ресурсів з урахуванням їх впливу на обсяги та якість виготовленої продукції.

Анотация. Рассмотрена проблема эффективного управления ресурсами предприятия – процесс анализа и оценки эффективности их использования в производстве. Усовершенствована методика анализа и оценки эффективности использования производственных ресурсов с учетом их влияния на объемы и качество продукции.

Annotation. Analysis and evaluation of efficiency of company's production resources are considered in relation to the general problem of effective resource amount running. Instruments for analysis and evaluation of efficiency of production resources are improved taking into account their influence on product outcome and quality.

Ключові слова: виробничі ресурси, ефективність, аналіз, підприємство, управління.

В умовах глобальних економічних змін, на етапі трансформаційної економіки вітчизняні підприємства стикаються з рядом невирішених проблем, які викликають необхідність розв'язання важливих науково-практичних завдань. Від цього залежить конкурентоспроможність окремих підприємств та економіки України в цілому на світовому ринку, який розвивається у напрямі глобалізації та укрупнення.

Так, однією з важливих проблем економічної системи підприємства є ефективне управління існуючими виробничими ресурсами з метою підвищення рівня їх віддачі. У зв'язку з цим постають завдання з удосконалення існуючих теоретичних засад та методичних підходів до ефективного управління ресурсами виробництва. Унаслідок цього підвищуватиметься ефективність здійснення процесу ресурсозбереження, визначатиметься оптимальний склад виробничих ресурсів з точки зору їх продуктивності з урахуванням новітніх тенденцій впливу інформатизації, рівня екологічності виробництва, інтелектуального потенціалу працівників, рівня нематеріальних активів на кінцеві результати діяльності підприємства та його ринкову вартість. Таким чином, проблема ефективного управління виробничими ресурсами підприємства в умовах глобалізації економіки є надзвичайно актуальною.

На сьогодні в економічній теорії та практиці існує надзвичайно велика кількість наукових праць, від фундаментальних до прикладних, присвячених питанням управ-