

*Журило І.В., к.е.н., доцент;
Фесенко Е.О.,
здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький*

ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ БУДІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Радикальні перетворення в нашій державі та інтеграція вітчизняної економіки в систему світогосподарських зв'язків актуалізують проблему конкуренції між суб'єктами господарювання. Однією з базових категорій конкуренції, яка виступає фундаментом для забезпечення конкурентоспроможності підприємства і країни в цілому є конкурентні переваги (КП). Для забезпечення високого рівня конкурентоспроможності компанія повинна мати єдиний стратегічний напрямок діяльності; проводити стратегічний аналіз внутрішнього та зовнішнього конкурентного середовищ; використовувати отримані результати для визначення своїх існуючих та потенційних КП; обирати стратегії їх утримання, розвитку та укріплення у довгостроковій перспективі.

Конкурентну стратегію можна трактувати як спосіб отримати стійкі конкурентні переваги в кожній стратегічній області бізнесу (СОБ) компанії шляхом вибору кращих, ніж у конкурентів методів конкурентної боротьби та більш дієвих способів задоволення різноманітних і мінливих потреб споживачів. Розробка конкурентної стратегії вимагає глибокого вивчення конкурентного середовища, в якому функціонує підприємство, а також визначення конкурентної сили і конкурентної позиції учасників відповідного галузевого ринку. Саме ці фактори визначають конкурентну перевагу будь-якого підприємства.

На основі аналізу нинішнього стану будівельної галузі України ми виокремили рушійні сили, які в найбільшій мірі впливають на зміни в структурі її конкурентних сил:

- динамічні зміни в законодавстві й економічній політиці країни (закони і законопроекти стосовно реформи містобудування; фінансова підтримка галузі, стимулювання надходжень інвестицій; програми компенсації за пошкоджене та зруйноване житло, а також пільгового іпотечного кредитування; закон щодо зниження податкового навантаження для представників галузі та забезпечення українців більш доступним новим житлом та ін.);

- істотна зміна характеру і структури сукупного попиту внаслідок повномасштабної військової агресії рф;

- суттєві інновації та ноу-хау (поява нових сучасних матеріалів, технології енерго- та тепло збереження, сертифікація будівель міжнародними екологічними стандартами, постійне оновлення державних будівельних норм (ДБН) та Єврокодів, прогнози зростання глобального ринку «зеленого будівництва» тощо);

- послаблення рівня інтенсивності конкуренції у галузі через скорочення або зупинку діяльності значної кількості будівельних підприємств;
- зменшення масштабів внутрішнього ринку будівельних матеріалів, їхній дефіцит, здороження й обмежена можливість імпорту;
- суттєві зміни в структурі витрат (через зростання цін на енергоносії, сировину, матеріали, логістику тощо);
- істотні зміни суспільного ладу в країні, ціннісних орієнтацій населення демографічних змін та інших факторів макросередовища внаслідок військових дій, знищення інфраструктури, росту інфляції, курсів валют тощо;
- нестача робітників-будівельників у світі, в Європі і в Україні;
- зміни у тенденціях економічного розвитку будівельної галузі, її переорієнтування на першочергове відновлення пошкодженого та зруйнованого житла, пріоритетність нового будівництва (порівняно з відновленням істотно пошкоджених об'єктів), будівництво з урахуванням вимог безпеки (обов'язкове облаштування захисних споруд цивільного захисту), інклюзії (безбар'єрного доступу до будівлі маломобільних груп населення);
- зміни у структурі споживачів.

Перелічені рушійні сили створюють як загрози, так і можливості для ведення будівельного бізнесу. А враховуючи послаблення конкуренції серед фірм, які наразі залишилися і продовжують працювати в умовах все більш зростаючого попиту на будівельні послуги на фоні істотного зменшення їх ринкової пропозиції, слід розробити стратегії, здатні пом'якшити або усунути вплив загроз, перетворивши їх на можливості і створивши умови для виживання та процвітання підприємства у довготривалій перспективі. В цій ситуації у виграшному положенні знаходяться будівельні компанії, здатні втілити такі стратегії у життя завдяки вже сформованим конкурентним перевагам. Хоч навіть і для таких підприємств – це досить складне завдання.

Індикаторами (показниками) конкурентної сили підприємства виступають його конкурентні переваги. Їх можна класифікувати за джерелами виникнення на внутрішні і зовнішні [1, 2, 3]. Внутрішні КП характеризують внутрішні аспекти діяльності суб'єкта господарювання, за якими він випереджає своїх конкурентів. Зовнішні – базуються на здатності компанії створити цінності, більш значимі для споживачів, що сприяють зменшенню їхніх витрат чи підвищенню ефективності їхньої діяльності, тобто створюють можливості якнайбільшого задоволення споживчих потреб. При цьому, зовнішні КП не лише забезпечують підприємству міцні конкурентні позиції, а й орієнтують його на розвиток та використання тих або інших внутрішніх переваг.

Дещо розширивши підхід, запропонований в [3], ми склали класифікацію конкурентних переваг будівельного підприємства, доповнивши її пропозиціями щодо чинників формування найбільш актуальних для нього на даний момент КП з урахуванням виокремлених індикаторів його конкурентної слабкості. Така класифікація дозволяє більше конкретизувати як КП, так і слабкості підприємства і сформулювати підґрунтя для розробки стратегій його подальшого розвитку у вигляді сформульованих чинників розвитку КП.

Чинники конкурентних переваг спрямовані переважно на формування та розвиток нових КП підприємства (за умови, що існуючі наразі конкурентні переваги слід розвивати й укріплювати). Чинники КП можуть бути:

- тактичними, спрямованими на формування конкурентних переваг підприємства у найближчий період (до року);
- стратегічними, що дозволять випередити конкурентів після виконання конкретних умов у перспективі.

До початку повномасштабної агресії рф конкуренція на ринку будівельних послуг була доволі інтенсивною і носила переважно регіональний характер. Зараз її можна назвати слабкою та подекуди помірною, через значне зменшення кількості конкурентів в галузі. Адже деякі будівельні підприємств з початку військової агресії істотно скоротили або припинили свою діяльність. В подальшому очікується зростання попиту на послуги та товари будівельної галузі, особливо у післявоєнний період, що призведе до зростання конкуренції. Однак, враховуючи істотний обсяг попиту на ці послуги, тенденція до зростання інтенсивності конкуренції у галузі буде повільною і поступовою.

Тому реалізацію деяких стратегічних чинників формування нових актуальних конкурентних переваг наразі підприємства можуть відкласти на деякий період. Проте вже зараз слід попідкуватися про створення підґрунтя для їх реалізації. Наприклад, не зважаючи на цілком достатній попит на ремонтно-будівельні роботи, який нині існує на ринку Кіровоградської області і м. Кропивницького, компаніям не слід ігнорувати можливість освоєння нових регіональних ринків. Так участь підприємства у програмах відновлення зруйнованої інфраструктури країни – це не лише його громадянський обов’язок, а й можливість заявити про себе як про досвідченого і кваліфікованого виконавця робіт і в подальшому забезпечити собі нових замовників. А освоєння й застосування нових прогресивних норм (Єврокодів) і стандартів будівництва, використання екологічно-чистих і якісних матеріалів, отримання відповідних міжнародних сертифікатів, оснащення будівельних об’єктів сучасними спорудами цивільного захисту (бомбосховищ і протирадіаційних укриттів) та інші заходи дозволять підприємству отримати переваги, які дозволять йому конкурувати навіть із зарубіжними будівельними фірмами, які у перспективі приймуть участь у післявоєнному відновленні інфраструктури України.

Список використаних джерел:

1. Артюхова І.В. Чинники формування й збереження конкурентних переваг підприємства туристичної галузі. Вісник економічної науки України. 2011. №2. С. 11-14.
2. Власенко В.В., Порфіренко В.І., Гребельник М.М. Суть та види конкурентних переваг підприємства. Економіка та управління підприємствами. 2020. Вип. 49. С. 97-103.
3. Конкурентоспроможність національної економіки / Бабак А.В. та ін.; за ред. Б.Є. Кваснюка. К.: Інститут економіки та прогнозування НАН України, Фенікс, 2010. 495 с.