

7. Kuznetsov B.V. Vlyyanye konkurentsyy u struktury tynkov na razvitye u povedeniye promyshlennyykh predpryyatu: empyricheskyy analiz [Электронны доступ] – Rezhym dostupa: [http://old-opec.hse.ru/analyze\\_doc.asp?d\\_no=61551](http://old-opec.hse.ru/analyze_doc.asp?d_no=61551).

8. Faskhyev Kh. A. Kak yzmeryt' konkurentosposobnost' predpryyatyya /Kh. A. Faskhyev, E. V. Popova // Marketynh v Rossyy u za rubezhom. – 2003. – #4. – S. 53-68.

9. Yhol'nykov H., Patrusheva E. Chto ponymat' pod konkurentnosposobnost'yu, ynvestytsyonnoy pryvlekatel'no-st'yu u ekonomychnost'yu proyzvodstva // Rossiyskyu ekonomycheskyu zhurnal. – 2012. – #11. – S.108-112.

5.02.2019

УДК 624:658.821

JEL Classification: D410; O 330

*Янгьоз Аліна, Сілічєва Наталія*

## **ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОВ «БК «БАСТІОН»**

У статті розглянуті наукові підходи щодо визначення поняття конкурентоспроможності підприємства. Запропоновано вирішення проблеми формування напрямків підвищення ефективності конкурентоспроможності будівельних підприємств. Розглядаються основні стратегічні пріоритети підвищення конкурентоспроможності будівельних підприємств. Запропоновані напрямки дії управління конкурентоспроможності будівельних підприємств в умовах ринку. Перераховано основні способи підвищення конкурентоспроможності підприємств. Визначено новий комплекс інструментів для реалізації маркетингового механізму управління конкурентоспроможністю будівельних підприємств в умовах ринку. Окреслені основні найбільш пріоритетні напрямки розбудови продуктивних відносин будівельного

підприємства як основи ефективного управління конкурентоспроможністю підприємства. Проведено SWOT-аналіз діяльності будівельної компанії «Бастіон». За результатами аналізу впливу зовнішніх та внутрішніх факторів, виявлені сильні і слабкі сторони, загрози та можливості діяльності будівельного підприємства. Сформульовані подальші стратегії розвитку будівельного підприємства «Бастіон», з метою ведення, в подальшому, ефективної господарської діяльності та підвищення рівня його конкурентоспроможності. Для розробки загальної стратегії підвищення конкурентоспроможності будівельного підприємства «Бастіон», запропоновано визначити результат фокусування на внутрішніх факторах конкурентоспроможності: маркетингова діяльність; менеджмент; система управління; економічна безпека; репутація підприємства; фінансова, інноваційна та інвестиційна діяльність; кваліфікація персоналу; конкурентна стратегія.

**Ключові слова:** конкурентоспроможність, оцінка конкурентоспроможності, будівельне підприємство, SWOT-аналіз

*Yangoz Alina, Silicheva Natalia*

## **WAYS TO IMPROVE THE COMPETITIVENESS OF THE LLC «BC «BASTION»**

The article discusses the scientific approaches to the definition of the concept of enterprise competitiveness. A solution to the problem of forming directions for improving the competitiveness of construction enterprises has been proposed. The main strategic priorities for improving the competitiveness of construction enterprises are considered. The proposed directions of action of the management of the competitiveness of construction enterprises in the market. The main ways of increasing the competitiveness of enterprises are listed. A new set of tools for the implementation of the marketing mechanism for managing the competitiveness of construction enterprises in market conditions has been identified. Outline the main priorities for the development of productive

relations of the construction enterprise as the basis for the effective management of the competitiveness of the enterprise A SWOT-analysis of the activity of the «Bastion» construction company was carried out. According to the results of the analysis of the influence of external and internal factors, the strengths and weaknesses, threats and opportunities of the construction company are identified. Further strategies for the development of the construction enterprise «Bastion» are formulated, with the aim of conducting, further, an effective economic activity and increasing its competitiveness. To develop a general strategy for improving the competitiveness of the construction enterprise «Bastion», it was proposed to determine the result of focusing on the internal factors of competitiveness: marketing activities; management management system; economic security; company reputation; financial, innovation and investment activities; staff qualifications; competitive strategy.

**Keywords:** competitiveness, competitiveness assessment, construction enterprise, SWOT-analysis.

*Янгёз Алина, Силичева Наталья*

## **ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ООО «БК «БАСТИОН»**

В статье рассмотрены научные подходы к определению понятия конкурентоспособности предприятия. Предложено решение проблемы формирования направлений повышения эффективности конкурентоспособности строительных предприятий. Рассматриваются основные стратегические приоритеты повышения конкурентоспособности строительных предприятий. Предложенные направления действия управления конкурентоспособности строительных предприятий в условиях рынка. Перечислено основные способы повышения конкурентоспособности предприятий. Определен новый комплекс инструментов для реализации маркетингового механизма управления конкурентоспособностью строительных предприятий в условиях рынка. Очерчены основные наиболее приоритетные направления развития производительных

отношений строительного предприятия как основы эффективного управления конкурентоспособностью предприятия. Проведен SWOT-анализ деятельности строительной компании «Бастион». По результатам анализа влияния внешних и внутренних факторов, выявлены сильные и слабые стороны, угрозы и возможности деятельности строительного предприятия. Сформулированы дальнейшие стратегии развития строительного предприятия «Бастион», с целью ведения, в дальнейшем, эффективной хозяйственной деятельности и повышение уровня его конкурентоспособности. Для разработки общей стратегии повышения конкурентоспособности строительного предприятия «Бастион», предложено определить результат фокусировки на внутренних факторах конкурентоспособности: маркетинговая деятельность; менеджмент система управления; экономическая безопасность; репутация предприятия; финансовая, инновационная и инвестиционная деятельность; квалификация персонала; конкурентная стратегия.

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, оценка конкурентоспособности, строительное предприятие, SWOT-анализ.

**DOI: 10.32680/2409-9260-2019-1-264-167-185**

**Постановка проблеми.** На сьогоднішній день у нашій країні склалася досить складна економічна ситуація. Більшість вітчизняних підприємств зазнають великих збитків, але все ж намагаються утриматися на ринку. В таких умовах конкуренція зростає та стає більш жорсткою, тому усі суб'єкти господарювання повинні правильно організувати свою діяльність.

Однак, запорукою до успіху є швидка і якісна реалізація обраної стратегії, тому що лише розробка стратегії не гарантує подальшої ефективності діяльності підприємства. Одним з дієвих засобів успішної діяльності підприємства є реалізація розроблених шляхів для підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Конкурентні стратегії були розглянуті в працях таких видатних вчених як: Азоев Г. Л., Ансофф И., Горев А. П., Криворотов В. В., Портер М., Саритх М., Фатхутдинов Р. А., Юданов А. Ю., Федонін, О. С. та інші.

**Мета дослідження** полягає у визначенні поняття «конкурентоспроможність» та розробка шляхів підвищення рівня конкурентоспроможності будівельного підприємства на відповідному регіональному ринку.

**Виклад основного матеріалу.** Сучасне кризове становище країни спонукає будівельні підприємства орієнтувати свою діяльність на досягнення стратегічних і тактичних цілей, які 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. Аналіз періодичних та монографічних видань, навчальної літератури дозволяє зазначити, що проблема визначення шляхів підвищення конкурентоспроможності будівельних підприємств є актуальною та недостатньо опрацьованою [12, с.23-24].

Питання дослідження конкурентоспроможності промислових підприємств є важливими й актуальними як для економіки країни в цілому, так і для окремих виробників. У ринкових умовах висока конкурентоздатність суб'єктів господарювання є запорукою отримання високого і стабільного прибутку. Висока конкурентоспроможність - основна умова розвитку і життєдіяльності підприємства. Розуміючи це, вітчизняні товаровиробники в умовах жорсткої конкурентної боротьби ставлять перед собою такі цілі: задоволення потреб, існуючих на ринку, отримання максимального прибутку і збільшення обсягів збуту, розширення частки внутрішнього і зовнішнього ринку, забезпечення необхідного рівня якості та ціни продукції, що виробляється, впровадження нових технологічних процесів і модернізація обладнання.

Проблема управління конкурентоспроможністю підприємства стає нагальною для сучасних підприємств, адже

світова криза загострила важку ситуацію в конкурентній боротьбі підприємств. За відсутності проведення адекватної та своєчасної оцінки рівня власного конкурентного потенціалу, виявлення й аналізу факторів безпосереднього впливу на конкурентні позиції підприємства, його керівництво унеможливорює розробку та впровадження стратегії існування та функціонування організації.

Для того, щоб визначити шляхи підвищення конкурентоспроможності варто визначитись з тим, що це є. Академік Академії економічних наук України М. М. Голелюк надав наступне визначення поняттю, на його думку, це конкретна функція менеджменту, що реалізується через здійснення загальних функцій з метою підтримання та підвищення конкурентоспроможності підприємства та його товарів, що є складовими єдиної системи [1].

Український вчений О. Є. Кузьмін визначив категорію «конкурентоспроможність», як сукупність важелів і способів впливу на сфери створення й реалізації конкурентоспроможних товарів, цілі та відповідальність суб'єктів господарювання, що реалізуються за допомогою сукупності управлінських засобів [2].

Поняття «конкурентоспроможності підприємства» є дуже складним і не має жодного узагальненого визначення. Складність конкретизації поняття «конкурентоспроможність підприємства» виходить із його особливостей, які були виділені в сучасній економічній літературі різними вченими.

Найбільш узагальнено конкурентоспроможність підприємства можна визначити як потенційну або реалізовану здатність економічного суб'єкта до ефективного довготривалого функціонування у релевантному зовнішньому середовищі.

Можна виділити чотири основні рівні конкурентоспроможності підприємства це:

- перший рівень - зусилля спрямовані лише на випуск продукції, потреби споживача не враховуються;
- другий рівень - прагнення до відповідності продукції підприємства стандартам, які були встановлені конкурентами;
- третій рівень - ігнорування стандартів конкурентів та

поступове отримання переваг у галузі;

- четвертий рівень - успіх у конкурентній боротьбі забезпечує не виробництво, а у праві також розробку конкурентних стратегій, що забезпечують формування й підтримку довгострокових конкурентних переваг [3].

Бондаренко Г. С. трактує це поняття як систематичний, планомірний і цілеспрямований вплив на систему конкурентоспроможності з метою збереження її стійкості чи переведення з одного стану в інший за допомогою необхідних і достатніх способів і засобів впливу [4].

Конкурентоспроможність - це діяльність, спрямована на формування низки управлінських рішень, які, відповідно, повинні бути спрямовані на протистояння можливим зовнішнім впливам для досягнення лідерства відповідно до поставлених стратегічних завдань [5].

До основних способів підвищення конкурентоспроможності можна віднести:

- ґрунтовне вивчення запитів споживачів і аналіз конкурентів;
- обґрунтована рекламна політика;
- створення нової продукції;
- покращення якісних характеристик продукції;
- модернізація обладнання;
- всебічне зниження витрат;
- вдосконалення обслуговування у процесі купівлі та після продажного сервісу тощо [11].

Основними шляхами вирішення проблем, пов'язаних з підвищенням конкурентоспроможності підприємства, є: підвищення якості управління; удосконалення зв'язків із зовнішнім середовищем; упровадження (проведення) стратегічного маркетингу «виходу» і «входу» організації; удосконалення організації інноваційної діяльності; упровадження нових інформаційних технологій; упровадження нових фінансових і облікових технологій; аналіз ресурсомісткості кожного товару за стадіями його життєвого циклу і впровадження ресурсозберігаючих технологій; підвищення організаційно-технічного рівня виробництва; роз

виток логістики; розвиток тактичного маркетингу [11].

До організаційних заходів, що підвищують рівень конкурентоспроможності підприємства, відносять: забезпечення пріоритетності продукції; зміну якості виробу і його технічних параметрів з метою обліку вимог споживача та його конкретних запитів; виявлення переваг товару порівняно із заміниками; виявлення недоліків товарів-аналогів, які випускають конкуренти; вивчення заходів конкурентів з удосконалення аналогічних товарів; виявлення й використання цінових факторів підвищення конкурентоспроможності продукції; нові пріоритетні сфери використання продукції; диференціація продукції, що забезпечує відносно стійкі переваги споживачів, які віддаються певним видам взаємозамінних товарів; вплив безпосередньо на споживача, шляхом штучного обмеження надходження на ринок нових товарів, проведення реклами, надання грошового або товарного кредиту [12].

Основними сферами підвищення конкурентоспроможності є: управління інноваціями та технологіями; процес виробництва; використання інформації; управління людськими ресурсами; управління змінами тощо.

У сфері технологій вагомими резервами підвищення конкурентоспроможності охоплюють: виключення дублювання в дослідженнях з метою уникнення зайвих витрат, усталене фінансування державного замовлення на дослідження та реалізацію національних цільових програм, спільні роботи з зарубіжними інвесторами.

Перспективними напрямками підвищення конкурентоспроможності у виробництві є: вдосконалення використання обладнання, матеріалів та енергії, а також організації процесу виробництва, покращення якості та своєчасності отримання інформації усіма ланками виробничого процесу.

До основних засобів підвищення конкурентоспроможності можна віднести: ґрунтовне вивчення запитів споживачів і аналіз конкурентів; обґрунтована рекламна політика; створення нової продукції; підвищення техніко-економічних і якісних характеристик продукції; виявлення і



забезпечення переваг продукту порівняно з його заміниками; виявлення переваг і недоліків товарів-аналогів, які виробляються конкурентами, і використання одержаних результатів у діяльності фірми; модернізація обладнання; визначення можливих модифікацій продукту; всебічне зниження витрат; виявлення і використання цінних факторів підвищення конкурентоспроможності продукції; вдосконалення обслуговування у процесі купівлі та після продажного сервісу; пристосування продукції до роботи в різних умовах; диференціація продукції; посилення впливу на споживачів тощо.

В якості найважливіших пріоритетів підвищення ефективності маркетингового механізму управління конкурентоспроможністю будівельних підприємств в сучасних умовах можна виділити наступні (рис. 1).

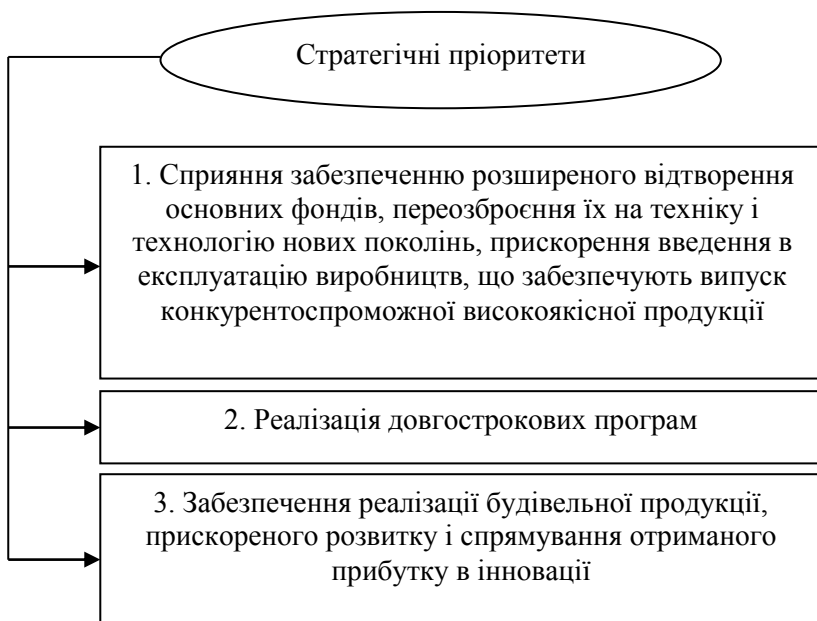


Рис. 1. Основні стратегічні пріоритети підвищення ефективності маркетингового механізму управління конкурентоспроможністю будівельних підприємств [14]

Безперервний розвиток і ускладнення об'ємно-планувальних архітектурно-конструктивних рішень в капітальному будівництві викликає гостру необхідність вирішення багатьох технічних, організаційно-технологічних і економічних завдань, пов'язаних з підвищенням ефективності цих рішень, зокрема – у маркетинговій діяльності. Основою і головною рушійною силою управління маркетинговою діяльністю будівельного підприємства, її «поживним середовищем» є конкуренція. Саме тому нині маркетинг розглядається як сучасна методологія створення високоефективних і конкурентоздатних організацій в умовах жорсткої конкуренції, а також як ефективний інструмент реструктуризації компаній, її адаптації до динамічних умов ринку, що характеризуються високим рівнем невизначеності [15].

Однією з особливостей сучасного будівництва є невизначеність його основних елементів і параметри його функціонування (об'єми робіт, системи технологій, продуктивність, людський фактор тощо). Кожна з цих подій повинна бути попередженою за допомогою детального планування, регулювання, суворого виконання графіків постачання продукції, виконання робіт та ін. Проте в сучасних умовах цю невизначеність слід відкрито визнати як частину реального світу і розглядати її як найбільш важливу частину планування, що підлягає серйозному аналізу (тобто відповідно до відомих законів природи) і інтеграції до загального процесу формування конкурентоспроможності будівельного підприємства: що кращим буде механізм управління невизначеністю, що є невід'ємною характеристикою маркетингового середовища, тим вище буде конкурентоспроможність цього підприємства.

Сьогодні дуже складно розглядати в якості ефективного інструменту конкурентної боротьби матеріальні ресурси, в той же час нематеріальні ресурси стають однією з найбільш важливих активів підприємства. Автор робить висновок про те, що конкурентоспроможність компанії в умовах ринку реагує на будь-яку зміну ситуації навколо і усередині підприємства, а не тільки на його фінансові аспекти. В зв'язку з цим маркетингові джерела вартості є тією найважливішою складовою частиною конкурентоспроможності компанії, що визначає її ідентичність, відмінність від інших компаній [13].

Поняття зовнішнього середовища підприємства визначають декілька груп факторів: економічні, політико-правові, техніко-екологічні. Результати аналізу впливу цих факторів на конкурентоспроможність будівельного підприємства «Бастіон» представлені у таблиці 1.

Таблиця 1

Аналіз впливу факторів зовнішнього середовища на конкурентоспроможність БК «Бастіон»

Фактори зовнішнього середовища	Стан фактору	Тенденція розвитку	Характер впливу
1	2	3	4
Економічні			
Інфляція	Рівень інфляції в 2017 році складає 14,7 %	Зростання	Негативно впливає на розмір доходів підприємства
Конкуренція	Ринок будівельних робіт в Україні характеризується достатньо високим рівнем конкуренції.	Зростання	Велика конкуренція заважає підприємству ефективно здійснювати свою діяльність
Ринок праці	Спостерігається нехватка кваліфікованих спеціалістів-будівельників	Нестача	Необхідність пошуку необхідних спеціалістів за допомогою рекрутингових агентств та підвищення кваліфікації працівників
Споживачі	Споживачами послуг фірми є юридичні та фізичні особи	Збільшення	Зростання обсягу попиту сприяє отриманню більшого прибутку
Постачальники	Постачальниками є фірми, які постачають необхідне обладнання, будівельні матеріали, сировину та програмне забезпечення, канцелярські товари, а також електромережі, водоканал.	Зростання	Великий вибір постачальників дозволяє маневрувати і вибирати найбільш вигідних
Інвестиційна привабливість підприємства	Характеризує привабливість підприємства зі сторони потенційних інвесторів	Зростання	Збільшення інвестицій допоможе зміцнити фінансове положення підприємства
Політико-правові			
Стан законодавства	Законодавчі акти регулюють діяльність суб'єктів господарювання і	Доопрацювання	Прогалини в законах дають підставу для корупції. Необхідно

Продовж. табл. 1

1	2	3	4
	підприємство керується ними в процесі своєї діяльності	законодавчої бази	постійно моніторити зміни в законодавстві
Техніко-екологічні			
Екологічний фактор	Підприємство зацікавлене в збереженні навколишнього природного середовища	Зростання	Мінімізація негативного впливу на довкілля в процесі здійснення будівельних робіт. Впровадження природоохоронних заходів.

Аналіз впливу факторів зовнішнього середовища дає можливість передбачити загрози, що з'являються на ринку, терміново реагувати на них, а також в подальшому розробити певний перелік заходів, які здатні не лише врахувати ці загрози, а й уникнути їх, отримавши з цієї ситуації певну користь. Проаналізувавши таблицю 1, можна стверджувати, що найбільший негативний вплив на конкурентоспроможність будівельного підприємства «Бастіон» у зовнішньому середовищі мають: зростання рівня інфляції в країні; велика конкуренція на ринку будівельних послуг та дефіцит кваліфікованих працівників.

До внутрішнього середовища відносяться суб'єкти, сили і ситуаційні фактори, які діють всередині підприємства. Це середовище є контрольованим з боку керівництва будівельного підприємства «Бастіон». Аналіз факторів внутрішнього середовища будівельного підприємства «Бастіон» представлений у таблиці 2.

Таблиця 2

Аналіз впливу факторів внутрішнього середовища на конкурентоспроможність БК «Бастіон»

Фактори внутрішнього середовища	Стан фактору	Тенденція розвитку	Характер впливу
1	2	3	4
Працівники фірми	Рівень кваліфікації працівників високий, майже всі працівники	Підвищення кваліфікації	Високий рівень кваліфікації та досвід роботи змінює імідж БК

1	2	3	4
	характеризуються значним досвідом роботи в сфері здійснення будівельних робіт		«Бастіон»
Цілі	Основними цілями підприємства є його розвиток, підвищення конкурентоздатності і фінансової стійкості. Компанія ставить перед собою цілі, як в довгостроковому, так і в короткостроковому періоді.	Розвиток	Цілепокладання допомагає підприємству «Бастіон» розвиватися та підвищувати рівень своєї конкурентоспроможності.
Технологія	Технологія надання будівельних послуг в БК «Бастіон» достатньо відпрацьована і характеризується великим рівнем продуктивності та надійності.	Розвиток	Розвиток технології сприяє збільшенню ефективності діяльності фірми
Атмосфера в колективі	Характеризує відношення між співробітниками фірми	Нормальна	Дружня атмосфера сприяє збільшенню продуктивності праці

Дослідження впливу факторів внутрішнього середовища дозволяє оцінити можливості підприємства, швидко реагувати на дії конкурентів, залучаючи всі наявні резерви та використовуючи інші можливості. Як бачимо з таблиці 2, майже всі фактори внутрішнього середовища впливають позитивно на конкурентоспроможність будівельного підприємства.

На основі аналізу впливу факторів внутрішнього та зовнішнього середовища на конкурентоспроможність підприємства проведемо SWOT-аналіз діяльності БК «Бастіон». Занесемо в таблицю 3 аналітичні показники «SWOT-аналізу» БК «Бастіон», і зробимо порівняння: сила і можливості, сила і погрози, слабкість і можливості, слабкість і погрози.

Аналізуючи отримані результати в таблиці 3, можна зробити такі висновки: оскільки підприємство «Бастіон» вже досить довгий час працює на будівельному ринку, то у компанії

сформувався позитивний імідж, збільшився асортимент послуг, надання будівельних послуг стало більш якісним.

Таблиця 3

Матриця SWOT-аналізу БК «Бастіон»

Можливості і погрози	Можливості (O) 1) вихід на нові ринки, 2) розширення асортименту електромонтажних послуг, 3) збільшення клієнтури, 4) реалізація нових інвестиційних проєктів, 5) вертикальна інтеграція, 6) рекламна компанія.	Погрози (T) 1) зростаючий конкурентний тиск, 2) нестабільність політичного курсу, 3) зміна потреб і смаків споживачів, 4) низький рівень доходів населення, 5) зменшення обсягів надання послуг,
Сильні і слабкі сторони		
Сильні сторони (S) 1) доступність будівельних послуг, 2) великий асортимент будівельних послуг, 3) якість будівельних послуг, 4) висока кваліфікація персоналу, 5) нормальна морально-психологічна атмосфера колективу, 6) достатня кредитоспроможність фірми, 7) хороша репутація фірми.	стратегія росту стратегія диверсифікації Стратегія цінового лідерства	Скорочення обсягів надання послуг обмеження росту стратегія виживання стратегія стабілізації
Слабкі сторони (W) 1) відсутність реклами, 2) низька конкурентоздатність, 3) складність організаційної структури, 4) відсутність професійного регулярного менеджменту, 5) проблеми в фінансовій сфері.	стратегія розвитку ринку Стратегія слідування за конкурентами Стратегія диверсифікації та інтеграції	вихід з ринку стратегія виживання

Тому фірма має можливість виходу на нові ринки та розширення клієнтури. Негативним фактором є те, що на підприємстві недостатньо розвинена рекламна діяльність, але це можна виправити, адже у фірми є в наявності вільні грошові кошти. Конкуренція на будівельному ринку дуже висока, тому існує погроза зменшення обсягів здійснення будівельних робіт та зменшення долі ринку. Цьому не сприяє й політична ситуація в країні, а також низький рівень доходів населення.

Висока кваліфікація персоналу, достатня кредитоспроможність дають змогу фірмі підтримувати конкурентоздатність.

Можна стверджувати, що у підприємства є суттєвий економічний потенціал та реальні перспективи розвитку. Тому з метою підвищення конкурентоспроможності БК «Бастіон» доцільно запропонувати наступні заходи:

- ґрунтовне вивчення запитів споживачів і аналіз конкурентів;

- розробка обґрунтованої рекламної політики;
- розширення асортименту будівельних послуг;
- покращення якісних характеристик будівельних робіт;
- модернізація технічного обладнання;
- всебічне зниження витрат;
- підвищення якості управління;
- удосконалення зв'язків із зовнішнім середовищем;
- удосконалення організації інноваційної діяльності;
- впровадження нових інформаційних технологій;
- впровадження нових фінансових і облікових технологій;

- аналіз ресурсомісткості кожного виду будівельних робіт і впровадження енергозберігаючих технологій;

- підвищення організаційно-технічного рівня здійснення будівельних робіт;

- розвиток логістики.

**Висновки.** Конкуренція є важливою рушійною силою розвитку ринкової економічної системи, яку породжують об'єктивні умови ринкового господарювання: різні форми власності на засоби виробництва; повна економічна відокремленість і свобода вибору господарської діяльності товаровиробників, їх повна економічна залежність від кон'юнктури ринку; боротьба за джерела сировини, ринки збуту виробленої продукції, сфери використання капіталу з метою отримання найбільшого прибутку.

Отже, конкурентоспроможність підприємства можна характеризувати як можливість або здатність підприємства використовувати свої порівняльні переваги у виробництві і реалізації товарів і послуг по відношенню до виробників і

постачальників аналогічних товарів і послуг. В свою чергу можливість підприємства конкурувати на певному товарному ринку залежить насамперед від конкурентоспроможності товару, тобто ефективності використання наявних трудових, матеріальних і фінансових ресурсів.

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.

Таким чином, за результатами виділення маркетингових джерел вартості та обґрунтування їх важливості для підвищення конкурентоспроможності будівельних підприємств визначено основні напрямки, перелік заходів, необхідних для підвищення конкурентоспроможності будівельного підприємства в сучасних умовах, виходячи зі специфіки діяльності виробників будматеріалів та особливостей поточної ринкової ситуації.

### *Література*

1. Галелюк М.М. Система управління конкурентоспроможністю машинобудування підприємства / М. М. Галелюк // Вісник економічної науки України. – 2008. – № 2.
2. Кузьмін О.Є. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства : [навч. посіб. для студ. спец. «Міжнародна економіка»] / О. Є. Кузьмін, Н. І. Горбаль. – Львів: Компакт-ЛВ, 2005. – 304 с.
3. Балабанова Л.В. Управление конкурентоспособностью предприятий на основе маркетинга : [монографія] / Л. В. Балабанова, А. В. Кривенко. – Донецк: ДонГУЭТ им. М. Туган-Барановского, 2004. – 147 с.
4. Бондаренко Г.С. Управління конкурентоспроможністю автотранспортного підприємства: автореф. дис. ... канд. економ. наук : спец. 08.06.02 «Підприємництво, менеджмент та маркетинг» / Г. С. Бондаренко. – Харків, 2001. – 19 с.



5. Мансуров Р.Е. Об экономической сущности понятий «конкурентоспособность предприятия» и «управление конкурентоспособностью предприятия» / Р. Е. Мансуров // Маркетинг в России и за рубежом. – 2006. – № 2(52). – С. 91-94.

6. Піддубний І.О. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства / І. О. Піддубний, А. І. Піддубна. – Харків: ВД «ІНЖЕК», 2004. – 264 с.

7. Журба І.О. Сутність і значення конкурентоспроможності підприємства / І. О. Журба, Ю. М. Коляденко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://archive.nbuu.gov.ua>.

8. Довбенко В.І. Чинники підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств за умов глобалізації // Зовнішня торгівля: право та економіка. – 2007. – № 6(35). – С. 29-35.

9. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации: учеб. пособ. / Р.А. Фатхутдинов. – М.: Эксмо, 2004. – 544 с.

10. Конкурентоспроможність як складова економічної безпеки підприємства / О. О. Фальченко, Н. Б. Токарь // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Х.: НТУ «ХПІ». – 2013. – № 67(1040). – С. 156-158.

11. Літвінова Ю.О. Проблеми забезпечення конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах / Ю. О. Літвінова // Управління розвитком. – 2012. – № 9. – С. 35-37.

12. Петрова И.Е. «Бизнес-резерв карта» – современная методика оценки конкурентоспособности строительных организаций/ И.Е. Петрова // Современные аспекты экономики – 2006. – №15. – С. 23-34.

13. Федонін О. С. Потенціал підприємства : формування та оцінка: навч. посіб. / О.С. Федонін, І.М. Репіна, О.І. Олексюк. – К. : КНЕУ, 2010. – 316 с.

14. Фецишин Б.П. Факторний аналіз потенціалу розвитку промисловості будівельних матеріалів регіону / Б.П. Фецишин, Н.М. Цепенюк// Формування ринкових відносин в Україні: зб. наук. праць. – Вип. 10. – Київ, 2009. – С. 93-99.

15. Петровська С.В. Мркетингова конкурентна стратегія: сутність і підходи до класифікації/ С.В. Петровська// Проблеми транспорту. – К., 2010 . – Вип. 2 – С. 89-92.

1. Halelyuk M.M. Systema upravlinnya konkurentospromozhnisty mashynobuduvannya pidpryyemstva / M. M. Halelyuk // Visnyk ekonomichnoyi nauky Ukrainy. – 2008. – # 2.

2. Kuz'min O.Ye. Upravlinnya mizhnarodnoyu konkurentospromozhnisty pidpryyemstva : [navch. posib. dlya stud. spets. «Mizhnarodna ekonomika»] / O. Ye. Kuz'min, N. I. Horbal'. – L'viv: Kompakt-LV, 2005. – 304 s.

3. Balabanova L.V. Upravlenye konkurentosposobnost'yu predpryyatyy na osnove marketynha : [monohrafiya] / L. V. Balabanova, A. V. Kryvenko. – Donetsk: DonHUET ym. M. Tuhana-Baranovskoho, 2004. – 147 s.

4. Bondarenko H.S. Upravlinnya konkurento-spromozhnisty avtotransportnoho pidpryyemstva: avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk : spets. 08.06.02 «Pidpryyemnytstvo, menedzhment ta marketynh» / H. S. Bondarenko. – Kharkiv, 2001. – 19 s.

5. Mansurov R.E. Ob ekonomicheskoy sushchnosti ponyatyy «konkurentosposobnost' predpryyatyya» y «upravlenye konkurentosposobnost'yu predpryyatyya» / R. E. Mansurov // Marketynh v Rossyy y za rubezhom. – 2006. – # 2(52). – S. 91-94.

6. Piddubnyy I.O. Upravlinnya mizhnarodnoyu konkurentospromozhnisty pidpryyemstva / I. O. Piddubnyy, A. I. Piddubna. – Kharkiv: VD «INZhEK», 2004. – 264 s.

7. Zhurba I.O. Sutnist' i znachennya konkurentospromozhnosti pidpryyemstva / I. O. Zhurba, Yu. M. Kolyadenko [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://archive.nbu.gov.ua>.

8. Dovbenko V.I. Chynnyky pidvyshchennya konkurentospromozhnosti vitchyznyanykh pidpryyemstv za umov hlobalizatsiyi // Zovnishnya torhivlya: pravo ta ekonomika. – 2007. – # 6(35). – S. 29-35.

9. Fatkhutdinov R.A. Upravlenye konkurentosposobnost'yu orhanyzatsyy: ucheb. posob. / R.A. Fatkhutdinov. – M.: Эkсмо, 2004. – 544 s.

10. Konkurentospromozhnist' yak skladova ekonomichnoyi bezpeky pidpryyemstva / O. O. Fal'chenko, N. B. Tokar' // Visnyk NTU «KhPI». Seriya: Tekhnichnyy prohres i efektyvnist' vyrobnyctva. – Kh.: NTU «KhPI». – 2013. – # 67(1040). – S. 156-158.

11. Litvinova Yu.O. Problemy zabezpechennya konkurentospromozhnosti pidpryyemstva v suchasnykh umovakh / Yu. O. Litvinova // Upravlinnya rozvytkom. – 2012. – # 9. – S. 35-37.

12. Petrova Y.E. «Byznes-rezerv karta» – sovremennaya metodyka otsenky konkurentosposobnosti stroitel'nykh orhanyzatsyy/ Y.E. Petrova // Sovremennyye aspekty ekonomyky – 2006. – #15. – S. 23-34.

13. Fedonin O. S. Potentsial pidpryyemstva : formuvannya ta otsinka: navch. posib. / O.S. Fedonin, I.M. Ryepina, O.I. Oleksyuk. – K. : KNEU, 2010. – 316 s.

14. Fedyshyn B.P. Faktornyy analiz potentsialu rozvytku promyslovosti budivel'nykh materialiv rehionu / B.P. Fedyshyn, N.M. Tsepenyuk// Formuvannya rynkovykh vidnosyn v Ukraini: zb. nauk. prats'. – Vyp. 10. – Kyiv, 2009. – S. 93-99.

15. Petrovs'ka S.V. Mrketynhova konkurentna stratehiya: sutnist' i pidkhody do klasyfikatsiyi/ S.V. Petrovs'ka// Problemy transportu. – K., 2010. – Vyp. 2 – S. 89-92.

*10.12.2018*