

ОСОБЛИВОСТІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

С. Ю. ЮР'ЄВА, канд. екон. наук, доц.
А. О. ПОРОХНЕНКО, студентка 4 курсу
*Харківський національний університет міського
господарства імені О. М. Бекетова*
61002 Україна, м. Харків, вул. Маршала Бажанова, 17
urevasvitlana@gmail.com

Для розвитку економіки України в цілому вкрай важливо усвідомити необхідність розвитку її окремих галузей, зокрема будівельного сектора.

Звичайно, важливим етапом на шляху вдосконалення і стабілізації економіки країни є НТП та конкуренція, що передбачають постійне вдосконалення технічної бази виробництва, безперервне зростання його ефективності, зростання якості продукції. Всі ці заходи покликані максимально задовольняти всі потреби з урахуванням економії та ефективного використання ресурсів.

Становлення конкурентного середовища вимагає відповідного пристосування підприємств до нових умов, розробки нових і корегування вживаних методів господарювання, стратегії і тактики поведінки на ринку, тобто здібності реалізувати свої конкурентні переваги в протистоянні з конкурентами.

Спочатку необхідно обрати та застосувати один з методів оцінювання конкурентоспроможності підприємства, а саме:

1. Метод переваг, який надає оцінку конкурентоспроможності підприємства в порівнянні його характеристик та властивостей марок товарів, які в свою чергу зіставляються з пріоритетними аналогами показників конкурентів, які лідирують на ринках. Але потрібно пам'ятати і про зовнішні та внутрішні конкурентні переваги.

2. Метод інтегральної оцінки, який складається з критеріїв задоволення споживачів та ефективності виробництва.

3. Метод профілів, основа якого є ступінь задоволення за різними критеріями споживачів.

4. Бальна оцінка конкурентоспроможності.

5. Функціональний та структурний методи – що включають в себе збут, просування, фінанси, товар, виробництво та концентрацію капіталу і виробництва.

За результатами проведеного аналізу необхідно виявити конкурентні переваги та для підвищення конкурентоспроможності підприємства можливо використовувати такі заходи, як: удосконалення якісних та техніко-економічних показників продукції (послуг) з орієнтиром на вимоги споживачів; відстежувати недоліки у товарів-замінників та удосконалювати свій продукт (послугу); досліджувати нові сфери використання; впроваджувати диференціацію продукції та неперервний вплив на споживачів.

Управління конкурентними перевагами на підприємстві, на наш погляд, повинне базуватися на декількох головних принципах, а саме:

1) досягнення стійких конкурентних переваг повинно підпорядковуватися меті ефективного функціонування та розвитку підприємства;

2) удосконалювати інноваційної діяльності, що дозволить забезпечити сильну конкурентну позицію підприємства;

3) усі внутрішні виробничо-фінансові процеси, підрозділи та підсистеми підприємства повинні функціонувати в єдиному напрямку та бути скоординованими за рахунок узгодженості;

4) створення єдиної інформаційної бази підприємства необхідно для підвищення оперативності управлінських рішень і доведення конкретних цільових орієнтирів до кожного функціонального підрозділу.

Таким чином, сформуована дієва система управління конкурентними перевагами дозволить забезпечити підвищення конкурентоспроможності будівельного підприємства в довгостроковій перспективі.