

ПОКАЗНИКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БУДІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Аналізуються особливості оцінки конкурентоспроможності будівельного підприємства і досліджуються показники та параметри конкурентоспроможності будівельного підприємства.

Features of an estimation of competitiveness of the building enterprise are analyzed and indicators and parameters of competitiveness of the building enterprise are investigated.

Ключові слова: конкурентоспроможність, будівельне підприємство, ціна, якість, собівартість.

Формування конкурентного середовища на ринку супроводжується динамічними процесами, у ході яких виявляється перевага товаровиробників. Важливо зрозуміти, кому вона віддається, в першу чергу, і до кого із часом переходить, визначити його джерела та ринкові сегменти найбільшої переваги. В цілому ця проблема представлена досить великою категорією «конкурентоспроможність підприємства».

Поняття «конкурентоспроможність», якщо говорити дослівно, означає «бути здатним до конкуренції». Можна позначити три особливості підходів до формування категорії «конкурентоспроможність»:

- наявність власного мотиву до діяльності і очікування позитивних для себе результатів;
- наявність необхідних ресурсів для реалізації діяльності;
- можливість і здатність протистояти суперникам.

Виходячи з цих умов, можна зробити висновок, що конкурентоспроможність об'єкта – це стан, який характеризує реальну або потенційну можливість виконання своїх функціональних обов'язків в умовах можливої протидії суперників [1].

Питанням вивчення конкурентоспроможності підприємств, а також її оцінки присвячені роботи Амела Дж., Ансоффа І., Ватермана Р., Кея Дж., Коно Т., Мінтсберга Г., Портера М., Котлера Ф., Дихтля Є., Пралада С.К., Паскаля Р. Т., Петерса Т., Петса Н., Голубкова Є. П., Печінкіна А. Н., Глухова А., Зав'ялова П. С., Багієва Г. Л., Блашенкової Т. А., Єрмолової М.О., Градова А. П., Єфремова У. З., Каретнікової Т. М., Каретнікова М. В., Максимової І., Шайдурової Н. І, Яшина Н. З., Юданова А. Ю., Воронкової А.Е., Акімової І.М., Решетникової Т.П., Яценко Ю.П. тощо [2, 3, 4, 5, 6].

Конкурентоспроможність формується на різних рівнях. У зв'язку із цим варто розрізняти:

- конкурентоспроможність товару;
- конкурентоспроможність підприємства;
- конкурентоспроможність галузі;
- конкурентоспроможність країни.

Конкурентоспроможність товару – здатність продукції бути більш привабливою для покупця в порівнянні з іншими виробами аналогічного виду та призначення, завдяки кращій відповідності своїх якісних і вартісних характеристик до вимог даного ринку та споживчих оцінок [7].

Конкурентоспроможність галузі – це специфічні можливості виробників однотипної продукції конкурувати на ринку [8, 9].

Конкурентоспроможною вважається країна, що виробляє конкурентоспроможні товари і послуги при вільних і справедливих ринкових умовах, підтримує і збільшує реальні доходи населення. Рівень конкурентоспроможності національної економіки країни характеризується двома основними показниками: рівнем експорту (конкурентоспроможна продукція на зовнішньому ринку) і рівнем імпортозаміщення (конкурентоспроможна продукція на внутрішньому ринку).

Більш детально розглянемо конкурентоспроможність підприємства. У найбільш загальному виді поняття конкурентоспроможність підприємства може бути визначене як порівняльна перевага стосовно інших фірм даної галузі як всередині країни, так і за її межами.

Конкурентоспроможність будівельного підприємства основною мірою залежить від конкурентоспроможності товару, тобто від здатності підприємства виробляти конкурентоспроможну продукцію [10].

Більшість вчених сходяться в думці, що конкурентоспроможність підприємства можна визначити, як здатність одержувати замовлення в умовах конкурентної боротьби з іншими учасниками ринку [11]. Таким чином, будівельне підприємство, щоб об'єктивно оцінити конкурентоспроможність виробленої ним будівельної продукції, повинно, в першу чергу, використовувати ті ж критерії, якими оперує споживач, тобто замовник. Отже, необхідно визначити перелік параметрів, що існують з погляду покупців будівельної продукції.

Перший параметр – це ціна продукції та послуг. Конкурентоспроможність підприємства за даним критерієм можна оцінити за допомогою показника, що характеризує співвідношення середніх цін пропозиції

Цсп і внутрішньої ціни підприємства Цвн: $k = Цсп / Цвн$.

Якщо $k > 1$, тобто ринкові ціни пропозиції на аналогічну продукцію перевищують внутрішню ціну даного підприємства, то можна говорити про його конкурентоспроможність. Якщо $k < 1$, будівельному підприємству необхідно шукати резерви для зниження собівартості.

Наступним параметром є якість як комплексний показник, що характеризує ефективність різних сторін діяльності підприємства. Система компонентів, що визначають якість кінцевої будівельної продукції, включає:

- якість праці;
- якість проекту;
- якість техніки та технології.

Якість для споживача, в першу чергу, формується зовнішніми факторами, що впливає на покупців як психологічно, так і емоційно. До найважливіших споживчих характеристик житла можна віднести наступні:

- кількість мешканців у під'їзді;
- площа кухні;
- площа ванної кімнати;
- засклені лоджії;
- можливість перепланування;
- можливість забезпечення надійної охорони;
- близькість водойм і лісопаркової зони;
- наявність транспортних магістралей;
- можливість установки сантехнічних приладів;
- можливість керування системою опалення та освітлення;
- наявність приладів обліку витрат;
- герметичність і звуконепроникність віконних конструкцій;
- сучасний архітектурний вигляд і зовнішній вигляд забудови;
- наявність підземних або прибудинкових критих стоянок автомобільного транспорту;
- наявність вантажних ліфтів;
- наявність місць загального користування;
- наявність приміщення для технічного персоналу;
- розміщення в житлових будинках об'єктів соціальної інфраструктури.

Оцінка споживчих параметрів (властивостей, характеристик) будівельної продукції, наприклад, житлового будинку, може здійснюватися за формулою:

$$K_{nc} = \sum_{i=1}^n d \frac{P_i}{P_0},$$

де K_{nc} – коефіцієнт споживчих властивостей житлового будинку;

P_i і P_0 – абсолютні значення i -го параметра споживчих властивостей оцінюваного та базового житлового будинку;

P_i / P_0 – відносний показник споживчих властивостей житлового будинку за i -м параметром;

d – коефіцієнт вагомості i -го параметра;

n – число споживчих властивостей, що цікавлять споживача.

Як наслідок, у конкурентній боротьбі можуть вижити тільки ті будівельні компанії, які серйозно працюють над удосконалюванням архітектурно-планувальних рішень будинків і квартир, якості виконання робіт, оснащенням житла сучасним інженерним устаткуванням тощо.

Виробництво будівельно-монтажних робіт відрізняється від іншого роду виробництва більш складними та мінливими умовами роботи, залежністю від погоди, розмаїтістю використовуваних матеріалів і самих споруджуваних об'єктів. Іншими словами виробництво будівельно-монтажних робіт представляє діяльність, піддану дуже сильному впливу випадкових факторів, у зв'язку з чим відхилення від проекту організації будівництва та проекту провадження робіт спостерігаються значно частіше, ніж відхилення від архітектурно-будівельної або технологічної частини проекту.

Основний період виробництва будівельних робіт розділяється на частини (етапи, стадії). Виділяють чотири стадії будівництва:

- нульовий цикл, що включає спорудження підземної частини будинку, підземних комунікацій;
- зведення надземної частини, що включає виготовлення несучих та конструкцій, що обгороджують, монтаж технологічного устаткування;
- опоряджувальні роботи (штукатурні, малярські), одночасно з якими монтується інженерне устаткування – сантехнічне, електро-технічне, газопостачання тощо;
- благоустрій – очищення та планування території навколо будинку, озеленення, пристрій

вимощень, тротуарів та ін.

Тому, на ряду з якістю та витратами надзвичайно важливим показником конкурентоспроможності будівельного підприємства є час. Швидкість будівництва визначає строки введення об'єкта в експлуатацію. Простой можуть виникати як з вини замовника (несвочасне забезпечення проектною документацією, неплатежі тощо), так із вини підрядника (через погану організацію провадження робіт, перебої з поставками будматеріалів, поломки техніки, низьку культури управління), а також викликані об'єктивними причинами (погані погодні умови тощо).

Ще один показник, який характеризує конкурентоспроможність будівельного підприємства – це собівартість будівельно-монтажних робіт. Собівартість будівельно-монтажних робіт – це всі витрати, які несуть будівельні підприємства на виконання робіт відповідно до укладених договорів.

Собівартість будівельно-монтажних робіт буває плановою, котру розраховують на основі затверджених для будівництва норм і нормативів, а також фактичною, котру визначають у ході будівництва. Остання залежить від багатьох факторів, що виникають у процесі виконання робіт.

У собівартість будівельно-монтажних робіт включають:

- прямі витрати (вартість матеріалів, виробів, конструкцій, заробітна плата робітників і нарахування на неї в різні фонди, витрати на експлуатацію машин і механізмів, інші прямі витрати);
- накладні витрати (адміністративні витрати, частина загальновиробничих витрат та ін.);
- витрати на будівництво та розбирання тимчасових будинків і споруджень на об'єктах будівництва;
- додаткові витрати при виконанні будівельно-монтажних робіт у зимовий час;
- інші супутні витрати.

Таким чином, можна відзначити, що на строки і собівартість будівництва з боку підрядної будівельної організації впливають наступні фактори:

- строки проектування;
- фондоозброєність праці;
- фондовіддача;
- забезпеченість трудовими ресурсами;
- продуктивність праці;
- забезпеченість матеріалами, конструкціями;
- наявність нових прогресивних матеріалів;
- нові технології;
- якість менеджменту (планування, маркетинг, організація, контроль).

Висновки. Узагальнюючи вищесказане, можна зробити висновок, що конкурентоспроможність будівельного підприємства піддається впливу різних факторів і її рівень може значно змінюватися за невеликий проміжок часу. Загальним недоліком для всіх показників є те, що кожний з них може визначити конкурентоспроможність підприємства лише на теперішній момент. Для прийняття стратегічних рішень такої інформації недостатньо.

Управління конкурентоспроможністю на підприємстві повинно будуватися тільки на достовірній інформації. Вибір потрібної методики підприємством здійснюється виходячи з можливостей, що змінюються, одержання інформації про конкурентів.

Література

1. Богомолова И.П. Анализ формирования категории конкурентоспособность как фактора рыночного превосходства экономических объектов / И.П. Богомолова, Е.В. Хохлов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2005. – № 1. – С. 113-119.
2. Акимова И.М. Промышленный маркетинг / Акимова И.М. – К. : Знання, КОО, 2000. – 294 с.
3. Фасхиев Х. Маркетинг в автомобилестроении / Фасхиев Х. – М. : Центр маркетинговых исследований и менеджмента, 2001. – 128 с.
4. Воронкова А.Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация / Воронкова А.Э. – Луганск : Изд-во Восточноукраинского нац. ун-та, 2000. – 315 с.
5. Яценко Ю.П. Кризові явища в промисловості України в період переходу до ринкових відносин / Ю.П. Яценко // Економіка промисловості. – 1997. – № 1. – С. 140–150.
6. Решетникова Т.П. Методы оценки конкурентоспособности предприятия / Т.П. Решетникова // Вісник Східноукраїнського національного університету. – 2001. – № 9. – С. 166–173.
7. www.wikipedia.com
8. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Фатхутдинов Р.А. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 312 с.
9. Пешкова Е.П. Маркетинговый анализ в деятельности фирмы / Пешкова Е.П. – М. : «Ось-89», 2005. – 40 с.

10. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации : [учебное пособие] / Фатхутдинов Р.А. – М. : Изд-во Эксмо, 2004. – 544 с.

11. Перухин А.М. Критерии и показатели оценки конкурентоспособности строительных организаций / А.М. Перухин // Экономика строительства. – 2004. – № 10. – С. 28-36.

Надійшла 10.10.2010

УДК 338.242.2

І. Г. ФАДЄЄВА

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

НАФТОГАЗОВИЙ КОМПЛЕКС ЯК ОБ'ЄКТ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ НА ЗАСАДАХ СИНЕРГЕТИЧНОГО ПІДХОДУ

У світлі перспектив розвитку нафтогазової галузі промисловості як структурного компоненту у транзитивній економіці України, розглядається характеристика нафтогазового підприємства на засадах системно-синергетичного підходу.

In prospects of development of oil-and-gas area of the industry as structural to a component in transitive economy of Ukraine, the characteristic of the oil-and-gas enterprise is considered{examined} on the basis of system-synergetic the approach.

Ключові слова: управління, синергетичний підхід, нафтогазови йкомплекс.

В умовах ринкової транзиції і глибоких змін в сучасному діловому середовищі, успіх нафтогазового підприємства залежить від відповідних змін у стратегічному управлінні ним. Існуючі тенденції відображаються у змінах структури виробництва та збуту нафти і газу як ринкового товару, появи нових підходів до формування стратегії діяльності підприємства. В умовах українських реалій традиційні концепції стратегічного планування замінюються новими концепціями стратегічного управління, яке охоплює усі рівні підприємства і передбачає забезпечення досягнення системної мети у довгостроковій перспективі з урахуванням зовнішніх ринкових сигналів, інтересів працівників, акціонерів та громадськості. Отже, стратегічна перспектива нафтогазового підприємства стає обов'язковою вимогою під час прийняття управлінських рішень на всіх рівнях багаторівневої структури управління.

Аналіз стану досліджень та публікацій

Відповідно до змін зовнішніх ринкових сигналів і внутрішнього середовища підприємства повинна змінюватися й методологія прийняття стратегічних рішень. З існуючих наукових досліджень [1–6] відомо, що сучасний розвиток теорії управління характеризується зростаючим впливом інших наук (нечіткої логіки, штучних нейронних мереж, генетичних алгоритмів, хаосдинаміки та ін.) та застосуванням їх досягнень. Однією із сучасних концепцій стратегічного управління в умовах ринкових перетворень економіки є концепція, що побудована на засадах синергетики – науки про загальні процеси самоорганізації в складних нерівноважних структурах, яка висуває наукові пояснення процесів нерівноважної впорядкованості, наприклад, в економічній реальності. Системи із самоорганізацією мають стохастичність поведінки та нестационарність параметрів. В той же час вони мають чітко визначену можливість адаптації до зміни умов діяльності.

Слід відзначити, що саме синергетика відіграє важливу роль у стратегічному управлінні нафтогазовими підприємствами, які функціонують за умов апріорної та поточної невизначеності під впливом збурень з боку зовнішнього і внутрішнього середовища. Для нафтогазових підприємств характерні динамічність, відкритість, складна структура внутрішніх зв'язків, наявність керувальних впливів та випадкових чинників.

Нафтогазова галузь промисловості як структурний компонент економіки та системна цілісність, що забезпечує розвиток економіки України в умовах ринкової транзиції, являє собою системно-синергетичну єдність установ, що забезпечують усі види буріння свердловин, видобування, транспортування, переробки і зберігання нафти і газу.

Виділення невирішених частин

Проведений аналіз стану досліджень та публікацій (наприклад [2–4, 9 та ін.]) показує недостатній обсяг проведених досліджень в контексті використання синергетичних моделей для створення інтегрованої системи управління нафтогазовими підприємствами. Тому створення інтегрованої системи управління нафтогазовими підприємствами на основі синергетичних моделей є актуальною науково-прикладною проблемою у зв'язку з необхідністю вирішення завдань, передбачених Енергетичною стратегією України на період до 2030 року.

Формування цілі

Метою даної роботи є поглиблення наукової розробки проблеми створення інтегрованої системи управління з урахуванням результатів аналізу властивостей і характеристик нафтогазового підприємства на засадах системно-синергетичного підходу.

Виклад основного матеріалу

Енергетичною стратегією України на період до 2030 року [7, 8] передбачено, що обсяги власного