

**О. Ю. СЛЮСАРЕНКО**, студент, НТУ «ХПІ»

## **ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ-ВИРОБНИКІВ БУДІВЕЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ**

У статті розглянуті проблеми розвитку галузі будівельних матеріалів, надається коротка характеристика сучасного стану вітчизняного будівельного комплексу, визначені головні чинники конкурентоспроможності підприємств-виробників будівельних матеріалів, від яких залежить розвиток підприємств даної галузі, також запропоновані показники для оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства-виробника будівельних матеріалів.

**Ключові слова:** конкурентоспроможність, виробництво будівельних матеріалів, чинники конкурентоспроможності.

**Вступ.** Однією з найважливіших категорій ринкової економіки, що характеризує ефективність адаптації підприємства до умов його функціонування є конкурентоспроможність. Проблема підвищення конкурентоздатності є актуальною для більшості вітчизняних підприємств в умовах зменшення купівельної спроможності цільових ринків. Зокрема, ця проблема є актуальною для підприємств-виробників будівельних матеріалів, які відіграють важливу роль в економічному розвитку України. Управління конкурентоспроможністю, тобто планування і впровадження системи заходів з формування конкурентних переваг, має базуватися на визначенні рівня конкурентоспроможності підприємства та чинників, що на неї впливають.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання конкурентоспроможності вітчизняних будівельних матеріалів вивчалось низкою вчених. Так, І. О. Герасіна займалась проблемою управління конкурентоспроможністю продукції підприємств будівельних матеріалів в умовах нестабільного попиту на світових ринках [1]. С. М. Соловійова сформувала методичний підхід до оцінювання та планування критеріїв конкурентоспроможності будівельних матеріалів на основі аналізу технічної й організаційної забезпеченості їх виробництва, а також природно-економічних умов [2]. К. В. Петренко розробив механізм регулювання діяльності підприємств будівельної сфери щодо забезпечення їх конкурентоспроможності в частині виробництва будівельних матеріалів на основі комплексної модернізації технологічного процесу, удосконалення розрахункової схеми затрат і алгоритму вибору варіантів обладнання, сировини і матеріалів по етапах оптимізації [3]. Проблемами конкурентоспроможності підприємств-виробників будівельних матеріалів займалися також такі вітчизняні вчені, як Л. І. Сазонова, Ю. І. Соха, Ю. В. Пинда, А. Є. Ачкасов, А. Ф. Гойко.

© О. Ю. Слюсаренко, 2015

**Метою даної статті є** визначення чинників конкурентоспроможності вітчизняних підприємств-виробників будівельних матеріалів в сучасних умовах та показників, що можуть бути використані для оцінки конкурентоспроможності підприємств даної галузі.

**Основні результати дослідження.** До цього часу у будівельному комплексі України триває етап долання наслідків, спричинених фінансовою кризою із властивим йому зниженням діючого платоспроможного попиту населення, високими ставками іпотечних кредитів, рецесією у будівельному комплексі. Як свідчать дані держкомстату України [4], зниження обсягів будівництва відповідним чином вразило промисловість будівельних матеріалів, виробів та конструкцій, яка є базовою, тобто такою, що забезпечує виробничий процес у будівництві. Існуючі ціни на ринку матеріалів не є гарантією якості та ефективності виробів. Значна кількість українських підприємств і до сьогодні працює на енерго- та трудозатратних технологіях. Глибинна переробка нерудних матеріалів має обмежене розповсюдження через відсутність вітчизняного обладнання та вартісну недоступність імпортного.

Сьогодні найбільш представлені українськими виробниками традиційні будматеріали: цемент, металопрокат, руберойд, шифер, деякі фарби і лаки, а також будматеріали з відносно невисоким порогом входження у виробництво: сухі будівельні суміші, вагонка, паркет, ДСП, євроруберойд, металочерепиця, профнастил, гіпсокартон та гіпсокартонні профілі. В обсягах продажів цих матеріалів не менше 90% продукції, що купується українським споживачем, вітчизняного виробництва, але для виходу продукції на міжнародний ринок необхідно створити умови для забезпечення зростання обсягів інноваційних будівельних матеріалів, виробів та конструкцій.

Конкурентоспроможність підприємства значною мірою залежить від конкурентоспроможності його продукції. Головними чинниками конкурентоспроможності вітчизняної будівельної продукції є її оптимальне співвідношення ціни та якості і широта асортименту. У підвищенні конкурентоспроможності продукції важливу роль також відіграє маркетингова складова діяльності підприємства, зокрема просування бренду і підтримка позитивного іміджу компанії. Однією з найвагоміших складових бренду у сфері виробництва будівельних матеріалів є якість продукції. Система забезпечення якості на сьогоднішній день повинна бути комплексом встановлених і постійно здійснюваних заходів для гарантування відповідності продукції будівельним нормам та правилам, державним стандартам.

Конкурентоспроможність промислового підприємства найчастіше оцінюють по окремих аспектах його діяльності (виробнича, інноваційна, маркетингова, фінансова тощо). При цьому визначають найважливіші чинники, що впливають на рівень конкурентоспроможності підприємства, і привласнюють кожному чиннику коефіцієнт впливу (вагу). Базою для порі-

вняння можуть виступати: середні галузеві показники; показники підприємства-лідера ринку; ретроспективні показники оцінюваного підприємства.

Зазвичай для оцінки конкурентоспроможності промислового підприємства використовується комплексний (комбінований) метод, що враховує положення теорії ефективної конкуренції та якість продукції і ґрунтується на оцінці чотирьох групових показників:

I група: включає показники, що характеризують ефективність управління виробничим процесом, а саме: економічність виробничих витрат, раціональність експлуатації основних фондів, досконалість технології виготовлення товару, організацію праці на виробництві;

II група: показники, які відображають ефективність управління обіговими коштами незалежність підприємства від зовнішніх джерел фінансування здатність підприємства розплачуватися за своїми боргами, можливість стабільного розвитку підприємства в майбутньому;

III група: включені показники, що дозволяють отримати уявлення про ефективність управління збутом і просуванням товару на ринку засобами реклами і стимулювання;

IV група: показники якості продукції та ціна [5].

Якщо розглядати конкурентоспроможність підприємства-виробника будівельних матеріалів то про її рівень можна судити згідно з вищенаведеним комплексним методом за такими показниками:

I група: показник витрат на одиницю продукції, фондівдача, коефіцієнт завантаження виробничих потужностей, рентабельність продукції, показник продуктивності праці;

II група: коефіцієнт автономії, коефіцієнт платоспроможності, коефіцієнт абсолютної ліквідності, коефіцієнт оборотності обігових коштів;

III група: рентабельність продажів, коефіцієнт затовареності готовою продукцією, коефіцієнт ефективності реклами та засобів стимулювання збуту; частка ринку;

IV група: конкурентоспроможність продукції, що оцінюється за допомогою аналізу ряду властивостей продукції (технічних, функціональних, естетичних, ергономічних, параметрів безпеки тощо), набір яких залежить від окремо взятого виду будівельних матеріалів.

Серед факторів, що визначають лідируючі позиції з конкурентоспроможності підприємства-виробника будматеріалів, можна виділити: здатність проектувати впроваджувати у виробництво принципово нові вироби для українського ринку (переймання закордонних технологій та асортименту); вміння в найкоротші терміни освоювати серійне виробництво нових виробів; можливість знижувати витрати на виробництво продукції вищого рівня якості; здатність організувати ефективне післяпродажне та гарантійне обслуговування (наприклад, існує така практика: якщо споживач не тільки купує черепицю, але й замовляє послуги покрівлі у виробника, то

вступає в силу гарантійний термін, котрий діє впродовж декількох років і в разі пошкодження даху внаслідок надзвичайних погодних умов виробник компенсує ці пошкодження).

Конкурентоспроможність підприємства залежить від ефективності управлінської діяльності, і, в першу чергу, стратегічного планування. Оцінка конкурентоспроможності є основою для розробки конкурентних стратегій, спрямованих на створення або посилення конкурентних переваг, що визначатимуть успішний розвиток підприємства в довгостроковому періоді.

**Висновки.** Підсумовуючи, можна стверджувати, що проблема підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств-виробників будівельних матеріалів є актуальною в сучасних умовах, що характеризуються зниженням платоспроможного попиту і скороченням обсягів будівництва. Вибір ефективних стратегій конкуренції має базуватися на комплексній оцінці конкурентоспроможності підприємства, що враховує специфіку галузі. Така оцінка передбачає визначення найважливіших чинників конкурентоспроможності, які мають відображати ефективність виробничої, фінансової і маркетингової діяльності, а також конкурентоспроможність продукції підприємства.

**Список літератури:** 1. Герасина И. А. Стратегии и стратегические управленческие решения в индустрии строительных материалов. // Экономические науки. – 2007. – № 12. 2. Соловьева С. М. Оценка конкурентоспособности предприятий промышленности строительных материалов / - Хабаровск : Изд-во Тихоокеан. гос. ун-та, 2009. - 152 с. 3. Петренко К. В., Дроздов О. В. Модернизация промышленного производства на основе инновационных технологий // Экономика региона: комплексные инновационные подходы и решения. Матер, межрег. науч.-практ. конф. 31 мая 2005. - Омск: Правительство Омской области, 2005. 4. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>. 5. Косянчук Т. Ф. Діагностика конкурентного потенціалу підприємства Наукові записки. Серія «Економіка» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ecj.oa.edu.ua/articles/2013/n23/10.pdf>.

**Bibliography (transliterated):** 1. Herasyina, Y. A. "Stratehiyyu y stratehiyeheskye upravlencheskye reshenyya v yndustryyu stroytel'nykh materyalov." *Ekonomycheskye nauky*. No 12 (2007). Print. 2. Solov'eva, S. M. *Otsenka konkurentosposobnosty predpryyatyyu promyshlennosty stroytel'nykh materyalov*. Khabarovsk : Yzd-vo Tykhookean. hos. un-ta, 2009. Print. 3. Petrenko, K. V., and O. V. Drozdov. "Modernyzatsyya promyshlennoho proyzvodstva na osnove ynnovatsyonnykh tekhnolohyyu." *Ekonomyka rehyona: kompleksnyye ynnovatsyonnyye podkhody y reshenyya. Mater, mezhreh. nauch.-prakt. konf. 31 maya 2005*. Omsk: Pravytel'stvo Omskoy oblasti, 2005. Print. 4. *Derzhavna sluzhba statystyky Ukrayiny*. Web. 10.04.2015 <<http://www.ukrstat.gov.ua>>. 5. Kosyanchuk, T. F. "Diahnostyka konkurentnoho potentsialu pidpryyemstva" *Naukovi zapysky. Seriya Ekonomika*. Web. 10.04.2015 <<http://ecj.oa.edu.ua/articles/2013/n23/10.pdf>>.

*Робота рекомендована до друку доц., канд. фіз.-мат. наук Нащекіною О.М.  
Надійшла (received) 12.05.2015.*