

Список літератури: 1. В. Г. Федоренко. Основи менеджменту. – К: Алерта, 2007. – 420с. 2. Менеджмент: Навч. посіб. для стул. вищ. навч. закл. / За ред. Г. В. Щокін, М. Ф. Головатий, О. В. Антонюк, В. П. Сладкевич. – К.: МАУП, 2007. – 817с. : іл. – Бібліогр. : у кінці розділів. 3. А. А. Пилипенко, С. М. Пилипенко, І. П. Отенко. Менеджмент: Підручник – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2005. – 456с.

О.Є. РОССІХІНА, асп., ПДАБіА

КОНКУРЕНТОУТВОРЮЮЧИ ФАКТОРИ, ЯК ОСНОВА СТРАТЕГІЇ КОНКУРЕНЦІЇ БУДІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

В сучасних умовах розвитку економіки і ринкових відносин ключовим механізмом, що визначає ефективність функціонування ринку є конкуренція. Конкуренція – це найважливіша ланка всієї системи ринкового господарства.

За останні десятиліття посилення конкуренції можна відзначити фактично в усьому світі. Ще не дуже давно вона була відсутня в багатьох країнах і галузях. Ринки були захищені і домінуючі позиції на них були чітко визначені. І навіть там, де існувало суперництво, воно не було настільки запеклим. Ріст конкуренції стримувався безпосереднім втручанням уряду.

Саме поняття «конкуренція» не має універсального визначення. Термін «конкуренція» з лат. *concurrentia* означає – змагання, суперництво. Дослідження проблеми конкуренції та конкурентоспроможності до 90-х років минулого століття в Україні не мало необхідності. Термін «конкуренція» не застосовувався в радянській економіці. Так, у словнику політичної економії конкуренція визначалася як «антагоністична боротьба між приватними товаровиробниками за найбільш вигідні умови виробництва та збуту товарів» [1, с.93]. Поняття конкуренції сполучалося з анархією, хижацькими методами, і важкими соціальними наслідками. Елементи конкуренції й конкурентної боротьби були знайомі тільки керівникам підприємств, чия продукція йшла на зовнішній ринок. Відсутність приватної власності на засоби виробництва та встановлення планів для всіх підприємств було причиною відсутності конкуренції.

В економічній науці не існує точних відомостей відносно того, хто і коли першим запровадив у науковий обіг термін «конкуренція». Перші теоретичні дослідження, присвячені конкуренції, з'явилися в працях класиків економічної теорії ще в середині XVIII століття. Головна заслуга належить Сміту А., який вперше довів, що конкуренція, урівнюючи норми прибутку, приводить до оптимального розподілу праці і капіталу [2, 3].

Подальшим теоретичним розвитком терміну «конкуренція» займалися Рікардо Д., Мілль Дж.С., Маршалл А., Шумпетер І., Хайек Ф.А., Кейнс Дж. М., Сраффі П., Робінсон Дж., Чемберлен Е., Еджуорт Ф.І., Лернер А.П. [2].

Згідно Закону України «Про захист економічної конкуренції», «економічна конкуренція – це змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання мають можливість вибирати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначити умови обороту товарів на ринку» [4].

Будівельні підприємства, як і будь-які інші, повинні мати стратегію конкурентної боротьби. Для правильного вибору стратегії конкуренції кожної будівельної організації необхідно володіти методикою оцінки своєї конкурентоспроможності, а також враховувати ті істотні відмітні характеристики, які властиві самому ринку будівельних послуг і властивим йому конкурентним відносинам. До них, насамперед, відносяться: послуги в інжинірингу і будівництві, зв'язані як з розробкою проектів та споруджень, так і з керівництвом будівництва. Управління проектуванням та спорудженням об'єктів здійснюється підприємством, що виконує замовлення, яке в свою чергу контролюється генпідрядником.

При розробці стратегії конкуренції будівельної організації необхідно враховувати фактори, які утворюють конкуренцію в умовах ринкових відносин. Всі фактори, що впливають на конкурентоспроможність продукції та послуг, можна поділити на внутрішні і зовнішні.

Нами було віднесено *до внутрішніх факторів*: інноваційний, виробничий та фінансовий потенціал; якість та ціна товару; сервіс, реклама та імідж фірми; конкурентоспроможність продукції / послуг; витрати на експлуатацію або споживання продукції / послуг.

А *до зовнішніх*: кон'юнктура ринку; конкурентне середовище; нормативно-правові та патентні вимоги та стандарти.

Таким чином, ці фактори являють собою систему, що забезпечує конкурентоспроможність продукції і, відповідно, підприємства в цілому. Значення кожного окремого фактора різне в залежності від ринку, характеру конкуренції, стадії життєвого циклу продукції тощо. Також необхідно відмітити, що впливаючи на конкурентоспроможність продукції, фактори приводять до зміни один одного.

Вивчення умов конкуренції, конкурентів та споживачів дозволяє будівельному підприємству визначити свої переваги та недоліки та побудувати успішну конкурентну стратегію.

Список літератури: 1. Политическая экономия. Словарь. – М.: Политиздат, 1983. – 188 с. 2. *Азоев Г.Л., Челенков А.П.* Конкурентные преимущества фирмы. – М.: ОАО «Типография «НОВОСТИ», 2000. – 256 с. 3. *Азоев Г.Л.* Конкуренция: анализ, стратегия и практика. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. – 208 с. 4. Закон України «Про захист економічної конкуренції» від 11 січня 2001 року №2210-III // Відомості Верховної Ради України. – 2001. - №12. – с.64.

Е.П. ЧЕКАЛІНА, к.е.н., ***Н.Г. СІКЕТІНА***, НТУ „ХПІ”, Харків

ПЛАНУВАННЯ ВИРОБНИЧОЇ ПРОГРАМИ ПІДПРИЄМСТВА В РИНКОВИХ УМОВАХ

Українські промислові підприємства в ринковій економіці мають діяти за умов конкуренції.

Для ефективної діяльності в умовах конкуренції доцільно випускати продукцію, яка буде потрібна споживачам для задоволення їхніх потреб та