

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОЗДАТНІСТЮ БУДІВЕЛЬНО-МОНТАЖНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ

Рівненський державний гуманітарний університет

Анотація. В умовах ринку оцінити здатність підприємств або товарів витримувати конкуренцію в порівнянні з аналогічними об'єктами можна за допомогою такого показника як конкурентоздатність. Рівень конкурентоздатності підприємства буде залежати як від ефективності організації власне виробничо-господарського процесу, так і від якості взаємодії із зовнішнім середовищем. Будівельно-монтажне підприємство, що досліджувалось, має ряд переваг перед конкурентами, зокрема широкий асортимент робіт, їх високу якість, хороши імідж на ринку. Серед недоліків було відзначено низький рівень використання маркетингових комунікацій.

Ключові слова: будівельно-монтажні роботи; конкурентні переваги; конкурентна позиція; багатокутник конкурентоздатності; експертний метод оцінювання конкурентоздатності.

Abstract: In market conditions, the ability of enterprises or goods to compete with similar objects can be assessed using an indicator such as competitiveness. The level of competitiveness of the enterprise will depend both on the efficiency of the organization of the actual production and economic process, and on the quality of interaction with the external environment. The construction and assembly enterprise under study has a number of advantages over competitors, in particular a wide range of works, their high quality, a good image in the market. Among the shortcomings was the low level of use of marketing communications.

Keywords: construction and installation work; competitive advantages; competitive position; competitiveness polygon; expert method of assessing competitiveness.

З появою та посиленням конкуренції на більшості товарних ринків, виникла потреба в оцінюванні здатності різних об'єктів (в першу чергу товарів, підприємств) витримувати конкуренцію в порівнянні з аналогічними, представленими на цьому ж ринку. Такий показник, що дозволяє визначити реальну здатність ринкових об'єктів приймати участь у конкурентній боротьбі носить назву конкурентоздатність. По відношенню до підприємства конкурентоздатність – це його комплексна характеристика, що відображає здатність ефективно функціонувати в умовах ризику та невизначеності, утримувати стабільний, з достатньою для забезпечення нормальної діяльності місткістю, цільовий ринок, виробляти і реалізувати продукцію (або надавати послуги) кращу від аналогічної за ціновими та якісними параметрами, що представлена на ринку, для забезпечення: у короткостроковій перспективі – стабільного прибутку, а у довгостроковій – стійкої позиції на ринку та планомірного його завоювання [1, с. 171].

Конкурентоздатність підприємства дозволяє оцінити реальну можливість проведення підприємством ефективної господарської діяльності, а саме в процесі розробки, виробництва та реалізації його продукції та / або послуг, що користуються пріоритетним попитом в умовах конкуренції. Рівень конкурентоздатності визначається через порівняння результатів діяльності підприємства із його конкурентами та встановлення переваг.

Конкурентні переваги, що представлені властивостями товарів і послуг, особливостями їх виробництва, реалізації чи надання, а також додаткові послуги, які відрізняють діяльність підприємства від прямих конкурентів, дають можливість підприємству зайняти стійку позицію на ринку.

Оскільки конкурентоздатність підприємства є одним із основних показників його успішної діяльності, важливо вміти правильно оцінювати її рівень аби не допустити втрату лідерської позиції чи вибуття підприємства з ринку взагалі. Тому питання оцінювання здатності підприємства вести конкурентну боротьбу є одним із найактуальніших на сьогодні.

Основними напрямками діяльності ТОВ «Ремб» є монтаж, обслуговування та налагоджування роботи систем опалення, а також теплоенергетичного обладнання, в тому числі електричних,

газових, твердопаливних котлів, котельних установок, систем опалення, теплових пунктів, систем очистки та пом'якшення води, приладів обліку енергоносіїв.

Результати аналізу економічної діяльності підприємства дозволяють стверджувати, що з кожним роком зростає собівартість виконаних робіт, величина інших операційних витрат. Причиною цього слугувало як зростання закупівельних цін на матеріали, середньої заробітної плати працівників, так і збільшення обсягів виконаних робіт. Оскільки від стабільності у фінансовому плані залежить і конкурентоздатність підприємства, варто приділяти увагу зниженню витрат, пошуку більш привабливих постачальників, зниженню умовно-постійних витрат за рахунок економії на накладних витратах.

ТОВ «Ремб» є офіційним дилером компанії «Укрінтерм» у Рівненській області. Це сприяє отриманню нових котлів, водопровідного обладнання, матеріалів та деталей, що відповідають усім технічним вимогам до такого типу обладнання.

Кількість постачальників, з якими співпрацює досліджуване підприємство, налічує близько 150 товариств і приватних підприємств. Це як великі підприємства, так і фізичні особи-підприємці. З них можна виділити ТОВ «Inter Cars Ukraine», ПП «Будіндустріяресурс», «Епіцентр К Рівне» БГ, ПрАТ «Київстар», ПП «Комтехсервіс», ТОВ «Маяк ТБК», ТОВ «Розетка УА», ТОВ «Укрзахідпостач», ТОВ «Буд-софт» та ін. Споживачами послуг ТОВ «Ремб» в основному є юридичні особи, підприємства. Послугами ТОВ «Ремб» користуються споживачі Західного і Центрального регіону, зокрема Київської області.

На ринку України представлено дуже багато компаній та фізичних осіб, котрі готові надати такі ж послуги, як і ТОВ «Ремб». Дані досліджень дозволяють стверджувати про те, що кожен конкурент відрізняється не тільки ціною на послуги, але й терміном їх виконання, якістю, сервісом, гарантіями. Більшість представників мають значний досвід роботи на ринку, налагоджені комунікації із споживачами.

Результати оцінювання, представлені на рис. 1, свідчать про те, що ТОВ «Ремб» займає доволі сильну конкурентну позицію на ринку і майже не поступається основним конкурентам. За оцінками експертів ТОВ «Ремб» значно випереджує ТОВ «Аналог-терм-сервіс». Це зумовлено тим, що один із основних конкурентів – товариство «Аналог-терм-сервіс» є новим і має молоду, не дуже кваліфіковану команду. На підставі відгуків клієнтів було зроблено висновок про не достатній рівень якості виконання робіт цією організацією. Досліджуване підприємство значно випереджає цього конкурента і за якістю будівельно-монтажних робіт, і за кількістю кваліфікованого персоналу. Водночас, ТОВ «Ремб» майже не поступається ТОВ «Теплоелектромонтаж». Обидва ці підприємства мають хороші показники за всіма параметрами і мають гарну репутацію на ринку.

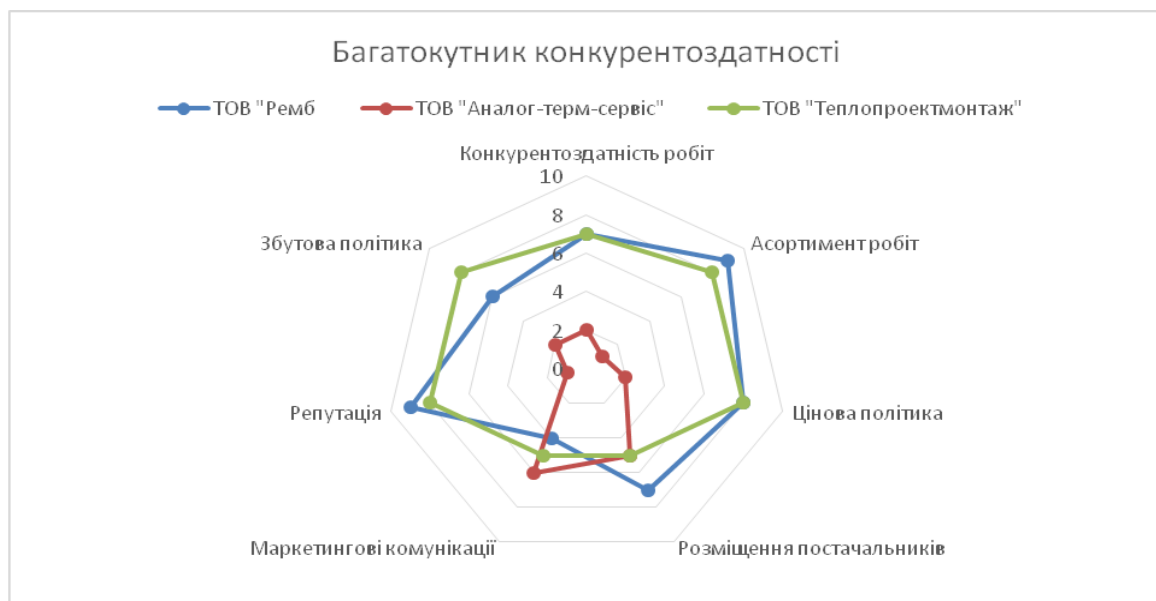


Рис. 1. Багатокутник конкурентоздатності ТОВ «Ремб» та його основних конкурентів

Джерело: власне напрацювання

Майже на одному рівні у досліджуваних підприємств знаходиться управління маркетинговими комунікаціями. Найкращий бал у ТОВ «Аналог-терм-сервіс», а найнижчий у ТОВ «Ремб». Це зумовлено тим, що ТОВ «Ремб» мало себе рекламує, в першу чергу через економію коштів, відсутність спеціаліста, який би міг цим зайнятися. Рекомендується переглянути бюджет товариства та найняти маркетолога, який би займався його рекламною діяльністю.

Особливого значення при формуванні збутової політики ТОВ «Ремб» потрібно надати вибору методів взаємодії із споживачами та їх удосконаленню. Потрібно переглянути розмір витрат на обслуговування клієнтів, купівлю необхідного обладнання та деталей тощо.

ТОВ «Ремб» випереджає своїх суперників за широтою асортименту, що сприяє розширенню клієнтської бази. Серед мінусів такого підходу – вищі операційні витрати через необхідність утримувати більшу кількість кваліфікованого персоналу та додаткове обладнання.

Ще однією перевагою досліджуваного підприємства є логістично вигідне розміщення постачальників. Завдяки тому, що більшість постачальників, у яких робить закупки ТОВ «Ремб», знаходиться у межах Рівненської області, це дозволяє швидше отримувати потрібні деталі, устаткування, матеріали та економити на вартості матеріалів, знижує терміни виконання робіт.

Таким чином, результати дослідження управління конкурентоздатністю ТОВ «Ремб» дозволяють стверджувати, що цей процес має свої недоліки, а саме: відсутність спеціаліста, який займався маркетинговими комунікаціями; підприємство конкурує на ринку із значною кількістю підприємств, що вже мають сформовану репутацію на ринку; підприємство повинне утримувати значну кількість спеціального обладнання, додатковий персонал, що призводить до підвищення операційних витрат; відсутній чіткий прейскурант цін, що може відштовхнути потенційного споживача. Недоліки незначні та можуть бути виправлені на протязі нетривалого періоду. Завдяки підвищенню рівня управління конкурентоздатністю підприємство може зайняти стабільно стійку позицію на ринку та стати лідером на ньому. Ефективне управління конкурентоздатністю дозволить підприємству охопити нові, перспективні сегменти і, як наслідок – отримувати більший прибуток.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ:

1. Дейнега І.О., Язвінська Т.В. Конкурентоздатність підприємства: визначеність суті та впливу факторів. *Інфраструктура ринку*. № 40. 2020. С. 171-175. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/40_2020_ukr/32.pdf.

Дейнега Інна Олександрівна, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки та управління бізнесом, Рівненський державний гуманітарний університет, Рівне, e-mail: 2011zima@ukr.net

Черначук Юлія Русланівна, здобувач вищої освіти другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг, Рівненський державний гуманітарний університет, Рівне, e-mail: ggalice@ukr.net

Deineha Inna O., doctor of economics, Professor, Head of the Department of Economics and Business Management, Rivne State University of Humanities, Rivne, e-mail: 2011zima@ukr.net

Chernachuk Yuliya R., applicant for higher education of the second (master's) level of higher education in specialty 075 Marketing, Rivne State University of Humanities, Rivne, e-mail: ggalice@ukr.net