

DOI: 10.32347/2786-7269.2022.2.144-159

УДК 339.137:69

д.е.н., професор Лич В.М.,

lych.vm@knuba.edu.ua, ORCID: 0000-0001-9024-1593,

Куценко А.С.,

kytsenko.artem19970401@ukr.net, ORCID: 0000-0001-8727-2962,

Київський національний університет будівництва і архітектури

СУТНІСНА ХАРАКТЕРИСТИКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БУДІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Узагальненню теоретичні підходи щодо визначення сутнісної характеристики конкурентоспроможності підприємства. Окреслені перспективні фактори розвитку конкурентоспроможності будівельного підприємства на основі положень школи неокласичного синтезу. Акцентовано увагу на зміні конкурентних умов діяльності будівельних підприємств України під час війни, фінансової кризи. Зроблено висновок про перспективну глобалізацію будівельного ринку через розвиток транснаціональних корпорацій, міждержавну інтеграцію в межах ЄС, обмежені потужності вітчизняної економіки щодо самостійної відбудови знищеного житлового фонду та виробничих потужностей промислових підприємств. Розглянуто наявні трактування поняття «конкурентоспроможність підприємства» науковцями-економістами. На основі інтеграції аналізу підходів до визначення цієї категорії уточнено визначення поняття «конкурентоспроможність підприємства». Привернено увагу, що в умовах активної цифровізації та застосування методів нейролінгвістичного програмування, підприємства все більше відходять від традиційних підходів до задоволення попиту споживачів, віддаючи перевагу формуванню того самого попиту через застосування маркетингового консалтингу та брендингу. Запропоновано уточнене визначення поняття конкурентоспроможності будівельно підприємства. Обґрунтовано, що в умовах формування економіки інноваційно-інтелектуального капіталу базисом зростання конкурентоздатності організації є в першу людський та управлінський капітал. Визначено галузеві особливості формування конкурентоспроможності підприємства, які зумовлені специфікою будівельної продукції та багатоаспектністю нормативно-правового державного регулювання в цій сфері. Відзначено, що конкурентоспроможність будівельного підприємства залежить від низки внутрішніх і зовнішніх факторів та формується на усьому ланцюгу створення цінності.

Ключові слова: конкурентні переваги; будівельний ринок; конкурентоспроможність будівельного підприємства; конкурентні умови; особливості будівельних виробів.

Постановка проблеми, її актуальність та новизна. Процес генезису ринкових відносин у сфері будівництва вимагає забезпечення сталого розвитку добросовісної конкуренції як на рівні внутрішнього, так і зовнішнього середовища. Це відповідно вимагає подальшого дослідження категоріального апарату даного процесу, а особливо сутнісної характеристики конкурентоспроможності підприємства як в теоретичному, так і в практичному значенні. Взнявши за основу принципи школи неокласичного синтезу необхідно підкреслити, що економіка розвивається на основі дії системи об'єктивних економічних законів. Їх необхідно знати, розуміти і грамотно управляти ними на основі системно-ситуаційного підходу. Так, розглядаючи управління конкурентоспроможністю як системну управлінську діяльність, більшість підприємств будують свої функціональні стратегії, що засновані на певних внутрішніх перевагах, водночас не втрачають нагоди використовувати зовнішні переваги «вікон можливостей», що визначаються в рамках ситуаційного управління.

Незважаючи на те, що питання підвищення конкурентоспроможності підприємств та продукції (товарів та послуг) привертало увагу вчених вже давно, втім і натеper воно лишається досить актуальним. Це питання актуалізується менеджментом вітчизняних підприємств, зважаючи на можливість потенційного зростання конкурентної боротьби через отримання Україною статусу кандидата на членство в ЄС, а також обмежені можливості для розвитку в умовах війни, економічного спаду в країні та потенційних загроз безпеці та життю працівників. Відтак з огляду на суттєве зростання ризиків для функціонування підприємств, зокрема і будівельних, за теперішніх умов актуальність досліджуваної проблеми не викликає сумнівів.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питання визначення сутності конкурентоспроможності розглядалось в працях низки вітчизняних та закордонних вчених, таких як Алексеев С.Б. [1], Василенко В.О. [2], Должанський І.З., Загорна Т.О. [3], Довгань Л.Є., Каракай Ю.В., Артеменко Л.П. [4], Клименко С.М., Омеляненко Т.В., Барабась Д.О., Дуброва О.С., Вакуленко А.В. [5], Піддубний І.О., Піддубна А.І. [6], Покропивний С.Ф. [7], Портер М. [8] та інших, які досліджували проблему конкурентоспроможності та факторів її формування. Також О.П. Красняк, В.О. Мицик [9], Ю.О. Головчук, Г.О. Пчелянська [10] розглядали питання оцінки конкурентних переваг як джерела інформації про власні конкурентні позиції задля

формування стратегії підвищення конкурентоспроможності організації. Зокрема, галузеві аспекти конкурентоспроможності були висвітлені в монографічному дослідженні О.Г. Янкового [11]. Так, в публікаціях таких вчених як Кадирус І.Г., Донських А.С., Олійник Ю.О. [12], М.Й. Малік, О.А. Нужна [13] та ін. досить глибоко досліджується конкурентоспроможність аграрних підприємств. Кузьмін О.Є., Подольчак Н.Ю., Беднарська О.Р. [14], Посохов І.М., Чепіжко О.В., Дюжев В.Г., Лисиця Д.О. [15] та ін. вивчали проблематику управління конкурентоспроможністю промислових підприємств. Водночас питання конкурентоспроможності будівельних підприємств, на нашу думку, не знайшло ще достатнього висвітлення.

Формулювання цілей статті. Метою статті є дослідження сутнісної характеристики конкурентоспроможності будівельного підприємства.

Метою статті є узагальнення теоретичних підходів щодо визначення сутнісної характеристики конкурентоспроможності підприємства та окреслення перспективних факторів її розвитку для галузі будівництва на основі положень школи неокласичного синтезу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Конкурентоспроможність є одним з основних понять, яке активно використовується в економічній теорії та практиці управлінського аналізу, виступає багатоаспектним поняттям, яке досліджується на мікро-, мезо- (галузевому) та макрорівнях. Етимологія поняття «конкурентоспроможність» пов'язана з його походженням від поняття конкуренції *concurrentia* (латиною), що перекладається як зіткнення, змагання [5, с. 58]. Відповідно конкурентоспроможність буквально означає спроможність боротися, змагатися з суперниками за досягнення найкращих позицій на ринку. Таким чином, конкурентоспроможність виявляється в умовах вільного ринку, коли наявні конкурентні відносини, що дозволяє підприємствам реалізувати конкурентні переваги (цінові та нецінові) та підкріплювати позицію на ринку. При цьому наявність або відсутність деяких з переваг визначають різні рівні конкурентоздатності суб'єктів господарювання. Економічна конкуренція як змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття переваг над іншими завдяки власним досягненням, дає споживачу (виробнику) можливість вибрати між кількома продавцями (покупцями), та формує умови, коли окремих суб'єкт господарювання не може визначати умови реалізації товарів (послуг) на ринку. Зауважимо, що в умовах формування сучасної парадигми менеджменту ХХІ століття, коли ринки та сфера застосування продукту, географічні межі часто не є чітко окресленими [16], виникає питання стосовно меж ринку продукту. Так, зокрема, «наноматеріали», що використовуються при виробництві будівельних матеріалів, мають досить широкий спектр застосування, а ринком можуть слугувати як виробники будівельних матеріалів,

будівельні організації, так і роздрібні споживачі як в Україні, так і за кордоном [17, с. 32]. Тому обсяги ринку, та, відповідно, обсяги виробництва, залежатимуть не лише від фізико-технічних, експлуатаційних характеристик самого продукту – будівельних «наноматеріалів» (які б вони ефективні не були), але й від умов та потенційної здатності потенційного ринку спожити цей продукт. Остання, в свою чергу, залежить від зростання економіки в цілому, масштабів необхідного оновлення основних виробничих фондів господарюючих суб'єктів, та, пропорційно, обсягів будівельно-монтажних робіт, що забезпечують це оновлення. Відзначимо також, що розвиток транснаціональних корпорацій, міждержавна інтеграція в межах ЄС, долучення до угод міжнародної торгівлі зумовлюють розширення ринків за юридичні межі підприємства та географічні межі держав, зокрема, при укладанні тендерів на будівельні роботи. Зважаючи на масштаби руйнувань цивільних об'єктів і підприємств України через війну Росії, українська економіка буде не в змозі самотійно відбудувати знищені потужності самотужки, що, зокрема, буде сприяти глобалізації будівельного ринку, який наразі є олігополістичним. Зрозуміло, що в даному випадку, необхідно більш широко розглядати питання конкурентоспроможності та зважати на особливості певної сфери економічної діяльності.

У літературних джерелах з проблеми зустрічаються різні трактування визначення поняття «конкурентоспроможність». Аналіз показує також, що існуючі відмінності в роботах різних авторів з цих питань викликані, перш за все, еволюцією економічної думки в результаті еволюції ринкової економічної системи. Комплексність поняття «конкурентоспроможність підприємства» та різноаспектність його розгляду вимагають ретроспективного аналізу підходів до визначення цієї категорії, та відповідного їх інтегрування. Отже, для формулювання категорійного апарату, вважаємо потрібним звернути увагу на найбільш вдалі, на нашу думку, поняття, які показують відмінності досліджуваної категорії, наведені в табл.1.

Як видно з табл.1 більшість авторів визначають конкурентоспроможність підприємства як здатність використовувати свої конкурентні переваги і займати найвигідніше положення на ринку та забезпечувати максимальне задоволення потреб споживачів, оптимально використовуючи при цьому наявні ресурси. Якщо розглядати будівельні підприємства, то їх конкурентоспроможність може розглядатись як реальна та потенційна можливість будівельних фірм проектувати, виготовляти та передавати в експлуатацію нерухомість та будівельну продукцію, яка за ціновими та неціновими характеристиками є більш привабливими для споживачів, ніж товари їх конкурентів. Конкурентоспроможність визначається, з одного боку, якістю новобудови, її

технічним рівнем, експлуатаційними характеристиками, з іншого – цінами, які встановлюють продавці. Крім того, на конкурентоспроможність будівельної продукції впливають продажний і післяпродажний сервіс, реклама, імідж виробника, мода, ситуація на ринку нерухомості, коливання попиту.

Таблиця 1

**Трактування терміну «конкурентоспроможність підприємства»
економістами-науковцями**

Автор	Визначення
Алексєєв С.Б.	Конкурентоспроможність підприємства – це економічна категорія, яка дозволяє в умовах конкуренції представити на внутрішній і зовнішній ринок продукцію, яка з точки зору конкурентних переваг сприймається споживачем як краща за аналогічну продукцію конкурентів та дозволяє підприємству отримувати плановий дохід, реалізовувати стратегії конкурентної боротьби й забезпечувати виживання і бажане положення на ринку у довгостроковій перспективі [1, с. 618].
Василенко В.О.	Конкурентоспроможність підприємства – можливість його ефективної господарської діяльності й її практичної реалізації в умовах конкурентного ринку [2, с.168].
Должанський І.З., Загорна Т.О.	Конкурентоспроможність підприємства – це можливість ефективно розпоряджатися власними й позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку [3, с. 28].
Довгань Л.С., Каракай Ю.В., Артеменко Л.П.	Конкурентоспроможність організації може бути визначена як комплексна порівняльна характеристика підприємства, яка відображує ступінь переваги сукупності оціночних показників його діяльності, що визначають успіх підприємства на певному ринку за певний проміжок часу по відношенню до сукупності показників конкурентів [4, с.171].
Клименко С.М., Омельяненко Т.В., Барабась Д.О., Дуброва О.С., Вакуленко А.В.	Термін «конкурентоспроможна організація» можна трактувати як перевагу товарів (послуг) підприємства перед аналогами у конкретних сегментах ринку в певний період часу стосовно потенціалу розробляти, виробляти й продавати конкурентоспроможні товари (послуги) у майбутньому, досягнутому без шкоди фінансовому стану організації. [5, с. 35].
Піддубний І. О., Піддубна А. І.	Конкурентоспроможність – це потенціальна або реалізована здатність економічного суб'єкта до функціонування у релевантному зовнішньому середовищі, яка ґрунтується на конкурентних перевагах і відображає його позицію стосовно конкурентів [6, с. 35]
Покропивний С.Ф.	Конкурентоспроможність підприємства – означає його здатність до ефективної господарської діяльності та забезпечення прибутковості за умов конкурентного ринку. Тобто, конкурентоспроможність підприємства – це здатність забезпечувати випуск і реалізацію конкурентоспроможної продукції [7, с. 350].
Портер М.	Конкурентоспроможність – властивість товару, послуги, суб'єкта ринкових відносин виступати на ринку на рівні з аналогічними товарами, послугами або конкуруючими суб'єктами ринкових відносин, що присутні на ринку [8].

В умовах активної цифровізації та застосування методів

нейролінгвістичного програмування, підприємства все більше відходять від традиційних підходів до задоволення попиту споживачів, віддаючи перевагу формуванню того самого попиту. Акцентуємо увагу на тому, що останнім часом стратегії підприємств все більше спрямовані на програмування потреб майбутніх споживачів, їх «моральну» підготовку до здійснення процесу купівлі. Для цього застосовується широкий спектр маркетингового консалтингу, а також брендинг. Формування потенційного попиту також характерно для будівельного ринку, на якому переважно відбувається «продаж» об'єктів, які не мають своєї матеріальної форми, або ступінь готовності не дозволяє ввести їх експлуатацію. В цьому аспекті конкурентна боротьба ведеться за потенційного споживача, який за об'єктивних причин не може оцінити якість майбутньої будівельної продукції, а орієнтується в першу чергу на бренд, торгову марку. Тому для будівельного ринку конкурентоспроможність означає не лише здатність застосовувати конкурентні переваги, а в першу чергу здатність використовувати ланцюг створення цінності, що розглядається як узгоджений набір видів діяльності, що створюють цінність (додану вартість) для підприємства, починаючи з вихідних джерел сировини для постачальників даного підприємства аж до готової продукції, доставленої кінцевому споживачу та його обслуговування. На думку М.Е. Портера – видатного класика маркетингу, ланцюг створення цінності є основним інструментом діагностики конкурентних переваг, за допомогою якого можна виявити шляхи досягнення конкурентних переваг та забезпечити їх утримання протягом тривалого періоду часу [18].

Отже, можна запропонувати уточнене визначення конкурентоспроможності будівельно підприємства як його здатності в існуючих для умов використовувати свої конкурентні переваги в усьому ланцюгу створення цінності і займати найвигідніше положення на ринку та забезпечувати формування та максимальне задоволення потреб споживачів у якісних будівельно-монтажних роботах та будівельній продукції, оптимально використовуючи при цьому наявні ресурси.

Змістовний аналіз трактування переважною більшістю вчених-економістів терміну «конкурентоспроможність підприємства» (табл.1) дозволив встановити її залежність від конкурентоздатності продукції і фінансової конкурентоздатності. Не можна не погодитись, що в сучасних умовах високий ступінь конкурентоздатності підприємств є похідною насамперед від високого рівня конкурентоздатності продукції. Конкурентоспроможність підприємства досягається за рахунок створення конкурентних переваг у зіставленні з іншими організаціями-конкурентами, що виявляють переваги за рахунок тих самих способів, що й конкурентоспроможність продукції (послуг), акцентуючи увагу

на тому, що ці поняття нерозривні між собою (рис. 1) [1, 7]. Водночас доцільно було б розширити аперцепцію конкурентоспроможності підприємства, акцентуючи увагу на формуванні конкурентних переваг на усьому ланцюгу створення цінності.

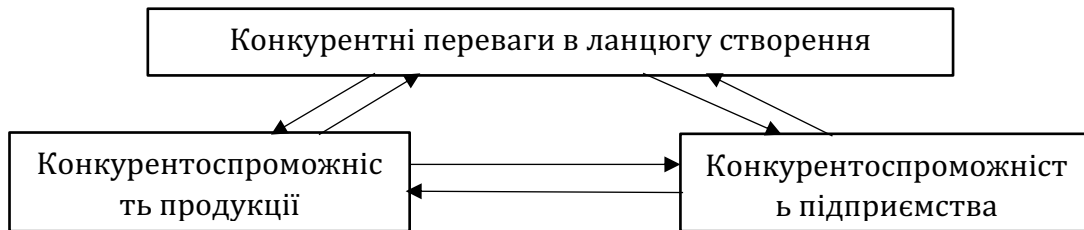


Рис. 1. Взаємозв'язок конкурентних переваг і конкурентоздатності підприємства і продукції

Конкурентоспроможність заснована на ефективній господарській діяльності організації за рахунок підвищення продуктивності праці, оптимізації використання його ресурсів, ефективної маркетингової стратегії в умовах конкретного конкурентного ринку. Також науковці розглядають конкурентоспроможність підприємства як наслідок постійної інноваційної діяльності, реалізації людського капіталу [19, с. 28]. В цьому сенсі пригадаємо висловлювання М. Портера: «конкурентоспроможність національної економіки визначається здатністю підтримувати продуктивність праці на значно вищому рівні, ніж у конкурентів, шляхом безперервного впровадження інновацій» [8]. Запроваджені новації можуть бути різними: від окремої техніки, механізмів, їх комплексів, унікальних технологій, до інформаційних, соціальних, інших новацій, включаючи управлінські. Саме останні дають можливість створювати й використовувати різні інновації найбільш ефективним способом, щоб досягти найвищої продуктивності. В аспекті зростання конкурентоспроможності важливі не лише професійні якості, але й так звані «м'які компетенції», серед яких виділяють широкий світогляд, критичне та аналітичне мислення, комунікації, нетворкінг, управління конфліктами, формування команди, адаптивність, лідерство, тайм-менеджмент, забезпечення відповідних умов праці, стресостійкість, самоконтроль, емпатію, емоційний інтелект [20, с. 289]. Сучасні науковці вважають, що натеper в умовах формування економіки інноваційно-інтелектуального капіталу саме людський капітал, а не обладнання і виробничі запаси, є базисом конкурентоздатності організації, її економічного зростання та ефективності [21, 22]. Цей висновок формується під призмою розуміння змісту конкурентних переваг за рахунок таких основних факторів як ексклюзивність, нижча ціна продукту, а також вища його якість, додаткові, підкріплюючі послуги та товари (за однакової з конкурентами ціни).

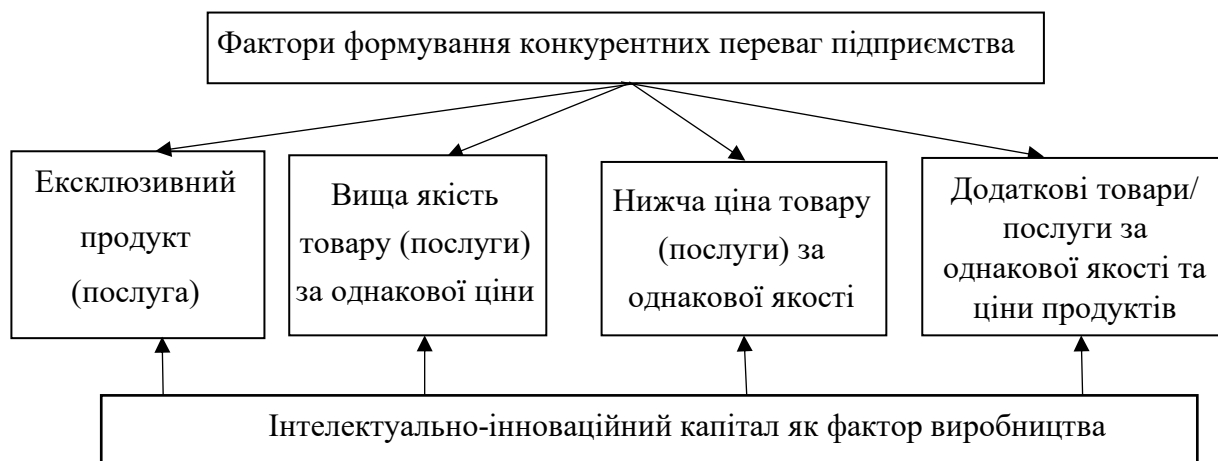


Рис. 2. Вплив інтелектуально-інноваційного капіталу на формування конкурентних переваг підприємства

Джерело: розроблено авторами на основі [8, с. 339; 19, с. 28].

Розглядаючи поняття конкурентоспроможності підприємства та конкурентоспроможності продукції, потрібно відзначити, що більшість авторів схиляються до її розуміння з точки зору динамічності, порівняльного характеру відносно інших підприємств. Таким чином, конкурентоспроможність продукції є порівняною величиною, а отже, відносною, а не сталою, адже вона оцінюється лише через порівняння характерних критеріїв продукції підприємств-конкурентів однієї галузі. Підприємство може мати високий ступінь конкурентоздатності продукції (послуг) в одних умовах і посередній ступінь в інших умовах, приміром на міжнародному ринку. Конкурентоспроможність організації суттєво залежить від конкурентоздатності сфери економічної діяльності, регіону розміщення та національного господарства України в цілому, які визначають конкурентне середовище. Останнє також визначає умови, взаємодію та характер конкурентних відносин між суб'єктами підприємницької діяльності. Зауважимо, що будівельна галузь має значні перепони в ході формування конкурентного ринку внаслідок необхідності контролю з боку держави за безпекою зведення споруд. Така галузева особливість зумовлена специфікою будівельної продукції та багатоаспектністю нормативно-правового державного регулювання в цій сфері. Окрім того, будівельна галузь має значні бар'єри для входу на ринок, зокрема через високий рівень фондомісткості виробництва, технологічні бар'єри, особливо що стосується реалізації типових проектів, а також переважною орієнтацією підприємств на реалізацію віолентної (досягається економія на масштабах при будівництві житла гарної якості за помірними цінами) та комутантної стратегій (підвищення споживчої цінності не стільки за рахунок високої якості, скільки за рахунок індивідуалізації проектів будівництва). Відзначимо, що підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств в будівництві за рахунок

конкурентоспроможної продукції часто важко реалізувати через консерватизм та інерційність щодо впровадження і широкого поширення нових видів продукції та технологій. Така інерційність галузі обумовлена, в першу чергу, тривалістю зміни нормативних засад впровадження нових технологій та методів виконання будівельно-монтажних робіт, адже в разі застосування неналежної технології або помилок в проектуванні може виникнути безпосередня небезпека для життя великої кількості людей. Відповідно будівельні роботи мають бути виконані відповідно до вимог ДСТУ, перегляд яких покладає високу відповідальність на проектні та дослідно-виробничі організації, а також забудовників за безпечність та якість будівельної продукції. З точки зору техніко-економічної складової, будівельна галузь значно відрізняється від інших сфер діяльності і економіки, що обумовлено особливим характером продукції цієї галузі, умовами інвестування в неї, освоєння інвестицій та їх повернення, а також специфікою технології будівельного виробництва. Також в умовах браку фінансової ліквідності, особливо це буває в період економічного спаду, війни, надзвичайних ситуацій, часто підприємства фінансують нові розробки «за остаточними принципом» та першочергово вирішують питання платоспроможності та розширення діяльності на екстенсивній основі. Істотний вплив на техніко-економічні показники будівельної продукції надає такий фактор як час - тривалість будівельного виробництва може обчислюватися роками, відповідно і виміряти конкурентоспроможність продукції можна лише після введення будівлі в експлуатацію та порівнянні результату від її реалізації з іншими будівельними об'єктами.

Також є ряд специфічних рис будівельної галузі, що впливають на рівень конкурентоспроможності підприємств, серед яких можна виділити:

- тривалий часовий проміжок і стаціонарність будівельного процесу;
- особливий суб'єктний склад стейхолдерів будівельного процесу і його різноманіття, що включає інвесторів, замовників, проектні організації, державні структури, субпідрядників та генпідрядників, постачальників та інші структури, які створюють додаткові умови (позитивні чи негативні) для зміцнення чи зниження конкурентоспроможності будівельного підприємства;
- необхідність підтримки різноманітних інституційних зв'язків з фінансово-кредитними установами, податковими службами, місцевими органами державної влади, контролюючими структурами, страховими компаніями, санітарно-епідеміологічними службами та ін.;
- особливості продукції будівельних підприємств, яка характеризується високим рівнем фондомісткості, матеріаломісткості, капіталоемності, технологічної складності, транспортних витрат, що потребує значних

капітальних вкладень;

- високий рівень залежності будівельного виробництва від гідрологічних, кліматичних і сейсмологічних факторів вимагає підвищення витрат для забезпечення будівництва в умовах можливих підтоплень, землетрусів, низьких температур, що не дозволяє порівняти вартісні параметри будівництва за різних кліматичних та природних умов;

- необхідність підвищеної безпеки споруд, складність і тривалість процесу проектування та узгодження проектів, індивідуальність і тривалість терміну експлуатації введених об'єктів послаблює можливості конкурентоздатності в короткостроковій перспективі;

- пересувний характер будівельних робіт, їх спеціалізація, дозволяє конкурувати на окремих етапах будівництва, коли можуть бути залучені субпідрядні організації;

- наявність суворої послідовності реалізації етапів будівельного виробництва, необхідність здійснення постійного і різнобічного контролю будівельного процесу створюють додаткові технічні та інституційні бар'єри для входу на ринок;

- значні розміри продукції будівельних підприємств і нерухомий характер цієї продукції визначає необхідність використання заходів просування у вигляді додаткових послуг для зміцнення позицій на ринку;

- індивідуальні особливості будівельних об'єктів, що обумовлює необхідність постійного перегляду методів ціноутворення;

- на вартість будівельної продукції впливає сезонність і рівень освоєння території, а також наявність розгалуженої мережі доріг, електромережі, водопровідних і каналізаційних комунікацій;

- високий рівень капіталоємності продукції будівельних підприємств, тривалість інвестиційного процесу визначають необхідність залучення довгострокових позик і обґрунтування шляхів мінімізації витрат.

Розглядаючи конкурентні переваги продукції будівництва потрібно відзначити, що це можуть бути:

- доступ до типових проектів архітектурно-проектних рішень;

- наявність патентів, прав інтелектуальної власності, що дозволяють впроваджувати прогресивні технології виробництва будівельно-монтажних робіт, робіт з реставрації, реконструкції;

- сучасні енергоефективні, економічні, з покращеними якість будівельні матеріали, конструкції;

- використання якісно нових машин, обладнання (механізмів, приладів, пристроїв, апаратів, спорядження, інструменту), програмного забезпечення (BIM технології, автоматизація);

- надання послуг дизайну, промислового проектування (розробки техніко-технологічних рішень);
- придбання (або ліцензування) зовнішніх знань, в тому числі та незапатентованих винаходів, ноу-хау, а також інших видів знань в інших підприємствах чи організаціях для розробки та впровадження нової або суттєво вдосконаленої будівельної продукції або і процесів;
- використання нових методів управління будівництвом, організації робочих місць, форм взаємодії з іншими учасниками будівництва; нових методів просування на ринок, ціноутворення (маркетингові інновації), що направлені на краще задоволення потреб споживача, завоювання нових ринкових позицій з метою збільшення обсягів продажу.

Висновки та рекомендації щодо подальших досліджень.

Зважаючи на особливості будівельної галузі та враховуючи здійснений сутнісний аналіз тлумачення поняття «конкурентоспроможності підприємства» можливо запропонувати уточнене визначення «конкурентоспроможності будівельного підприємства» як його реальної та потенційної здатності в існуючих для умов використовувати свої конкурентні переваги на усьому ланцюгу створення цінності, займати найвигідніше положення на будівельному ринку та забезпечувати формування та максимальне задоволення потреб споживачів у якісних проектних рішеннях, будівельно-монтажних роботах та будівельній продукції, оптимально використовуючи при цьому наявний капітал. Зважаючи на широкий перелік факторів, що впливають на конкурентоспроможність будівельного підприємства, її можна розглядати як інтегральну характеристику підприємства, яка характеризує відносний по відношенню до конкурентів ступінь конкурентної переваги, що визначається в динаміці та служить для оцінки успішності фінансово-господарської діяльності.

Конкурентоспроможність будівельного підприємства залежить від низки внутрішніх (бренд, якість будівельно-монтажних робіт, будівельної продукції, кваліфікація персоналу та менеджменту, рівень технічного забезпечення, технологічні особливості, канали розповсюдження, післяпродажний сервіс, тощо), а також зовнішніх факторів (ситуація на ринку нерухомості, коливання сукупного попиту, мода, ДСТУ, доступність інвестиційних ресурсів та ін.).

Особливості будівельної галузі актуалізують необхідність детального вивчення специфіки та управління конкурентоспроможністю підприємств цієї галузі з використанням системно-ситуаційного та факторного підходів в рамках подальших досліджень.

Список використаних джерел:

1. Алексеев С.Б. Теоретические аспекты конкурентоспособности предприятий. Економіка: проблеми теорії та практики. Збірник наукових праць. Вип. 191: В 4 т. Том II. Дніпропетровськ: ДНУ, 2004. С.614–619.
2. Василенко В. О. Стратегічне управління. Київ: ЦУЛ, 2003. 396с.
3. Должанський І.З., Загорна Т.О. Конкурентоспроможність підприємства: Навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2006. – 384 с.
4. Довгань Л.Є., Каракай Ю.В., Артеменко Л.П. Стратегічне управління. Навч. посіб. 2-ге вид. Київ: Центр учбової літератури, 2011. – 440 с.
5. Управління конкурентоспроможністю підприємства: Навч. посіб. / С.М. Клименко, Т.В. Омеляненко, Д.О. Барабась, О.С. Дуброва, А.В. Вакуленко. Київ: КНЕУ, 2008. 520 с.
6. Піддубний І.О. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства/ І.О. Піддубний, А.І. Піддубна. Харків: ВД «ІНЖЕК», 2004. 264 с.
7. Економіка підприємства: підручник / за заг. ред С.Ф. Покропивного. Вид. 2-ге, перероб. та доп. Київ : КНЕУ, 2001. 528 с.
8. Porter M.E. Competitive Strategy. Techniques for analyzing industries and competitors. NY : Free Press, 1998. 422 p.
9. Красняк О.П., Мицик В.О. Конкурентоспроможність і конкурентні переваги підприємства в сучасних ринкових умовах. Ефективна економіка. 2019. № 11. – URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7383> (дата звернення: 14.11.2022). DOI: [10.32702/2307-2105-2019.11.40](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.11.40)
10. Головчук Ю.О., Пчелянська Г.О. Особливості формування стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства на основі парадигми інноваційного розвитку. Економіка та держава. 2020. № 3. С. 66–70. DOI: [10.32702/2306-6806.2020.3.66](https://doi.org/10.32702/2306-6806.2020.3.66)
11. Теоретичні, методологічні та практичні аспекти конкурентоспроможності підприємств: монографія / за заг. ред. О.Г. Янкового. Одеса : Атлант, 2017. 514 с.
12. Кадирус І.Г., Донських А.С., Олійник Ю.О. Оцінювання конкурентоспроможності аграрного підприємства. Агросвіт. 2019. № 21. С. 100–106. DOI: [10.32702/2306-6792.2019.21.100](https://doi.org/10.32702/2306-6792.2019.21.100)
13. Малік М.Й., Нужна О.А. Конкурентоспроможність аграрних підприємств: методологія і механізми: [монографія]. Київ, 2007. 270 с.
14. Кузьмін О.Є., Подольчак Н.Ю., Беднарська О.Р. Управління ризиками машинобудівних підприємств: планування та мотивування: монографія. Львів : Міські інформаційні системи, 2011. 127 с.

15. Управління конкурентоспроможністю промислових підприємств в умовах невизначеності: монографія / І.М. Посохов, О.В. Чепіжко, В.Г. Дюжев, Д.О. Лисиця. Харків: Видавництво Іванченка І. С., 2022. 252 с.
16. Задачи менеджмента в XXI веке / Пер. с англ. и ред. Н.М. Макарова. М.; СПб.; К.: Издательский дом "Вильямс", 2003. 270 с.
17. Згалат-Лозинська Л.О., Згалат-Лозинський О.Б. Активізація використання наноматеріалів та нанотехнологій як напрям інноваційної діяльності у будівництві. Будівельне виробництво. 2019. №68. С. 30-38. <https://doi.org/10.36750/2524-2555.68.30-38>
18. Porter, M.E., and Kramer, M.R. (2019). Creating shared value. In *Managing sustainable business*. New York, NY.: Springer, 323–346.
19. Згалат-Лозинська Л.О. Методологічні та соціально-технологічні засади інноваційної діяльності організацій: людиноцентричний контекст Причорноморські економічні студії. 2019. Вип. 48-3. С. 27-34. DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.48-69>
20. Кичко І., Парубець О., Холодницька А., Пермінова В., Литвин С. (2021). Формування управлінських компетенцій керівників та їх вплив на конкурентоспроможність фірми і ринок праці в Україні. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*. №4(39). С. 284–293. <https://doi.org/10.18371/fcaptp.v4i39.241317>
21. Дмитренко Г.А., Головач Н.В. Людиноцентрична сутність економічного розвитку. *Економіка та суспільство*. 2021. №29 [Електронний ресурс]. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-29-8>
22. Людський капітал України: стан, проблеми, перспективи відтворення : монографія: у 2 ч. / наук. ред. В. М. Лич ; Київський національний ун-т будівництва і архітектури. Київ: КНУБА, 2009. Ч. 1., 2009. - 224 с.

Doctor of economic Sciences, professor **Volodymyr Lych**,
Postgraduate student **Artemii Kutsenko**
Kyiv National University of Construction and Architecture

ESSENTIAL CHARACTERISTICS OF A CONSTRUCTION ENTERPRISE COMPETITIVENESS

Theoretical approaches to determining the essential characteristics of the enterprise's competitiveness are summarized. Prospective factors for the competitiveness development of the construction enterprise from the standpoint of the school of neoclassical synthesis are outlined. Attention is focused on the change in the competitive conditions of construction enterprises of Ukraine during the war

and financial crises. A conclusion is made regarding the projected globalization of the construction market due to the development of transnational corporations, interstate integration within the EU, the limited capacity of the domestic economy to independently rebuild the housing stock destroyed during the war and the production capacities of industrial enterprises. The available interpretations of the concept of "enterprise competitiveness" by economist scientists are considered. The definition of the concept of "enterprise competitiveness" has been clarified based on the new integration of the analysis of approaches to the definition of this category. Attention has been drawn to the fact that in the conditions of active digitization and the application of neurolinguistic programming methods, enterprises are increasingly moving away from traditional approaches to satisfying consumer demand. They prefer demand formation through the use of marketing consulting and branding. A refined definition of the concept of construction enterprise competitiveness is proposed. It is substantiated that in the conditions of the formation of the economy of innovative and intellectual capital, the basis of the growth of the organization's competitiveness is primarily human capital and qualities of managers. The sectoral features of the formation of the enterprise competitiveness are resolved, which are determined by the specificity of construction products and the multi-vector nature of regulatory and legal state regulation in this sphere. It was noted that the competitiveness of a construction enterprise depends on a number of internal and external factors and is formed along the value creation chain.

Keywords: competitive advantages; construction market; competitiveness of construction enterprise; competitive conditions; features of construction products.

REFERENCES:

1. Alekseev S.B. Teoretycheskye aspekty konkurentosposobnosti predpriyatiy. *Ekonomika: problemy teorii ta praktyky. Zbirnyk naukovykh prats. Vyp. 191: V 4 t. Tom II.* Dnipropetrovsk: DNU, 2004. S.614–619. {in Russian}
2. Vasylenko V. O. *Stratehichne upravlinnia.* Kyiv: TsUL, 2003. 396c. {in Ukrainian}
3. Dolzhanskyi I.Z., Zahorna T.O. *Konkurentospromozhnist pidpriemstva: Navch. posib.* Kyiv: Tsentр uchbovoi literatury, 2006. 384 s. {in Ukrainian}
4. Dovhan L.Ye., Karakai Yu.V., Artemenko L.P. *Stratehichne upravlinnia. Navch. posib. 2-he vyd.* Kyiv: Tsentр uchbovoi literatury, 2011. 440 s. {in Ukrainian}
5. *Upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpriemstva: Navch. posib.* / S.M. Klymenko, T.V. Omelianenko, D.O. Barabas, O.S. Dubrova, A.V. Vakulenko. Kyiv: KNEU, 2008. 520 s. {in Ukrainian}

6. Piddubnyi I.O. Upravlinnia mizhnarodnoiu konkurentospromozhnistiu pidpriemstva/ I.O. Piddubnyi, A.I. Piddubna. Kharkiv: VD «INZhEK», 2004. – 264 s. {in Ukrainian}
7. Ekonomika pidpriemstva: pidruchnyk / za zah. red S.F. Pokropyvnoho. Vyd. 2-he, pererob. ta dop. Kyiv: KNEU, 2001. 528 s. {in Ukrainian}
8. Porter M.E. Competitive Strategy. Techniques for analyzing industries and competitors. NY: Free Press, 1998. 422 p. {in English}
9. Krasniak O.P., Mytsyk V.O. Konkurentospromozhnist i konkurentni perevahy pidpriemstva v suchasnykh rynkovykh umovakh. Efektyvna ekonomika. 2019. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7383>. DOI: 10.32702/2307-2105-2019.11.40 {in Ukrainian}
10. Holovchuk Yu.O., Pchelianska H.O. Osoblyvosti formuvannia stratehii pidvyshchennia konkurentospromozhnosti pidpriemstva na osnovi paradyhmy innovatsiinoho rozvytku. Ekonomika ta derzhava. 2020. № 3. S. 66–70. DOI: 10.32702/2306-6806.2020.3.66 {in Ukrainian}
11. Teoretychni, metodolohichni ta praktychni aspekty konkurentospromozhnosti pidpriemstv : monohrafiia / za zah. red. O.H. Yankovoho. Odesa: Atlant, 2017. – 514 s. {in Ukrainian}
12. Kadyrus I.H., Donskykh A.S., Oliinyk Yu.O. Otsiniuvannia konkurentospromozhnosti ahrarnoho pidpriemstva. Ahrosvit. 2019. № 21. S. 100–106. DOI: 10.32702/2306-6792.2019.21.100 {in Ukrainian}
13. Malik M.I., Nuzhna O.A. Konkurentospromozhnist ahrarnykh pidpriemstv: metodolohiia i mekhanizmy: [monohrafiia]. Kyiv, 2007. 270 s. {in Ukrainian}
14. Kuzmin O.Ye., Podolchak N.Yu., Bednarska O.R. Upravlinnia ryzykamy mashynobudivnykh pidpriemstv: planuvannia ta motyvuvannia : monohrafiia. Lviv : Miski informatsiini systemy, 2011. 127 s. {in Ukrainian}
15. Upravlinnia konkurentospromozhnistiu promyslovykh pidpriemstv v umovakh nevyznachenosti: monohrafiia / I.M. Posokhov, O.V. Chepizhko, V. H. Diuzhev, D.O. Lysytsia. Kharkiv: Vydavnytstvo Ivanchenka I. S., 2022. 252 s. {in Ukrainian}
16. Zadachy menedzhmenta v XXI veke / Per. s anhl. y red. N.M. Makarova. M.; SPb.; K.: Yzdatelskyi dom "Vyliams", 2003. 270 s. {in Russian}
17. Zghalat-Lozynska L.O., Zghalat-Lozynskyi O.B. Aktyvizatsiia vykorystannia nanomaterialiv ta nanotekhnolohii yak napriam innovatsiinoi diialnosti u budivnytstvi. Budivnelne vyrobnytstvo. 2019. №68. S.30-38. <https://doi.org/10.36750/2524-2555.68.30-38> {in Ukrainian}
18. Porter, M.E., and Kramer, M.R. (2019). Creating shared value. In *Managing sustainable business*. New York, NY.: Springer, 323–346. {in English}

19. Zgalat-Lozynska L.O. Metodolohichni ta sotsialno-tekhnologichni zasady innovatsiinoi diialnosti orhanizatsii: liudynotsentrychnyi kontekst Prychornomorski ekonomichni studii. 2019. Vyp. 48-3. S.27-34. DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.48-69> {in Ukrainian}
20. Kychko I., Parubets O., Kholodnytska A., Perminova V., Lytvyn S. (2021). Formuvannia upravlinskykh kompetentsii kerivnykiv ta yikh vplyv na konkurentospromozhnist firmy i rynek pratsi v Ukraini. Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice. №4(39). S.284–293. <https://doi.org/10.18371/fcaptp.v4i39.241317> {in English}
21. Dmytrenko H.A., Holovach N.V. Liudynotsentrychna sutnist ekonomichnoho rozvytku. Ekonomika ta suspilstvo. 2021. №29 [Elektronnyi resurs]. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-29-8> {in Ukrainian}
22. Liudskyi kapital Ukrainy: stan, problemy, perspektyvy vidtvorennia : monohrafiia: u 2 ch. / nauk. red. V.M. Lych; Kyivskyi natsionalnyi un-t budivnytstva i arkhitektury. Kyiv : KNUBA, 2009. Ch. 1., 2009. - 224 s. {in Ukrainian}