

**УДК 658.5**

**В.І. Савенко,**

канд. техн. наук, професор  
ORCID: 0000-0002-1490-6730

**І.С. Нестеренко,**

канд. техн. наук, доцент  
ORCID: 0000-0003-1023-1761

**В.В. Ключова,**

асистент  
ORCID: 0000-0003-1267-0717

Київський національний університет будівництва і архітектури

## **УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ**

*Необхідність управління конкурентоспроможністю підприємства обумовлюється, насамперед, триваючими швидкими змінами зовнішнього середовища, виникненням непередбачуваних економічних і фінансових ситуацій. Ефективна система управління конкурентоспроможністю підприємства забезпечує стійкий стан підприємства на ринку, створюючи стабільне підвищення його конкурентних переваг у швидко мінливих умовах зовнішнього середовища.*

*Аналіз літературних джерел показав, що конкурентоспроможність підприємства в загальній класифікації об'єктів управління можна віднести до функціональних (на відміну від виробничих і структурних), які вимагають розробки спеціального механізму управління.*

*Основним завданням є теоретичне обґрунтування і розробка основ методичного забезпечення формування системи стратегічного управління конкурентоспроможністю будівельних підприємств, що дозволить досягти, з одного боку, конкурентних переваг у вигляді стану низьковитратного підприємства, а з іншого – більш ефективної реалізації будівельних проектів на основі оптимізації управління і фінансування будівельно-монтажних робіт.*

*У статті розглянуто основні елементи управління конкурентоспроможністю підприємства та продукції, показники конкурентоспроможності будівельного підприємства, принципи вибору базових конкурентних стратегій з урахуванням реальних можливостей підприємства. Показано роль основних визначальних внутрішніх і зовнішніх факторів, які впливають на ефективну діяльність виробничої організації і їх значення для зміцнення конкурентоздатності будівельного підприємства, а також можливості управління конкурентоздатністю в умовах ринкових відносин. Виявлено, що стратегія конкуренції підприємства – це більше ніж просто сума стратегій окремих підрозділів, а одним із базових факторів конкурентоспроможності будівельної продукції є час зведення будівлі і введення її в експлуатацію. Виявлено зв'язок між конкурентоспроможністю підприємства і конкурентоспроможністю будівельної продукції, визначено фактори, які її формують.*

**Ключові слова:** конкуренція, стратегія, структура, управління, собівартість, диверсифікація, мотивація, контроль.

**Вступ.** Метою діяльності будь-якого підприємства є створення цінного продукту чи послуги, заради яких і була створена організація чи підприємство. Отриманий прибуток в результаті реалізації створеного продукту – дуже важливий фінансовий ресурс, який є одним з визначальних чинників благополуччя існування підприємства і за отримання якого постійно точиться боротьба не тільки всередині системи при виробництві, але і в зовнішньому середовищі, йде конкуренція з іншими виробниками. Високий рівень конкурентоспроможності є стратегічною ціллю діяльності підприємства в умовах ринку, для досягнення якої необхідна синергічна взаємодія всіх підрозділів і ланок системи управління, формальної і неформальної структур підприємства. Однак, управління конкурентоспроможністю не еквівалентне всій діяльності підприємства з досягнення кінцевих цілей, а включає в себе ті функції, які пов'язані з розробкою і реалізацією стратегії конкуренції, перш за все отримання переваг перед конкурентами і створення вигідних умов для реалізації своєї продукції.

Управління конкурентоспроможністю стосується діяльності підприємства на ринку, приділяючи увагу не стільки наявним ресурсам і процесам виробництва всередині підприємства, скільки можливостям нарощування свого ресурсного потенціалу. Тобто основною особливістю управління конкурентоспроможністю підприємства є його орієнтація на майбутнє. Необхідність управління конкурентоспроможністю підприємства обумовлюється, насамперед, триваючими швидкими змінами зовнішнього середовища, виникненням непередбачуваних економічних і фінансових ситуацій. Ефективна система управління конкурентоспроможністю підприємства забезпечує стійкий стан підприємства на ринку, створюючи стабільне підвищення його конкурентних переваг у швидко мінливих умовах зовнішнього середовища. Мета і результат ніколи не співпадають абсолютно точно в силу мінливості природи і світу. Тому конкурентоспроможність будь-якої організації визначається здатністю лідерів і усього персоналу до опанування високими науковомісткими інноваційними технологіями, генерування і швидкого впровадження своїх винаходів і наукових відкриттів, створення геному високої ділової і духовної культури організації, своєчасного оцінювання і врахування як внутрішніх, так і зовнішніх факторів.

**Аналіз досліджень і публікацій.** Сучасний етап розвитку національної економіки в контексті процесу глобалізації характеризується ускладненням конкурентної ситуації, зростанням інформаційно-комунікаційної складової економічної діяльності, посиленням відповідальності економічних суб'єктів в цілях збереження конкурентних позицій. Загалом сукупність цих та інших факторів створюють певний зовнішній тиск на діяльність економічних суб'єктів, в першу чергу підприємств, причому такий зовнішній вплив на діяльність підприємств об'єктивно має тенденцію до посилення у часі, а отже, вимагає адекватної реакції у вигляді нових форм і методів управління, що передбачають, насамперед, підвищення ефективності функціонування підприємства в цілому. В цьому контексті одним з важливих завдань є вирішення проблем адаптації до

конкурентного середовища, що швидко змінюється. Досвід розвинутих країн свідчить, що найбільш ефективно такі завдання вирішують підприємства, основою діяльності яких є принципи стратегічного управління, зокрема, розробка і реалізація стратегії підвищення конкурентоспроможності.

Значним вкладом в розробку методик стратегічного управління, в тому числі і в сфері забезпечення конкурентоспроможності, є дослідження зарубіжних та вітчизняних вчених: Р. Акоффа, І. Ансоффа, К. Боумена, Б. Карлофа, Ф. Котлера, Дж.Б. Куїна, Г. Мінцберга, М. Портера, А. Томпсона, О.С. Віханського, В.Г. Герасимчука, Г.Я. Гольдштейна, В.Д. Маркової, О.В. Козаченка, В.Ф. Оберемчука, С.Ф. Покропівного, М.М. Треньова, Р.Б. Тяна, Е.О. Уткіна, З.Е. Шершневої та ін.

Даній проблематиці також присвячені роботи А.Б. Е ур'янова, О.А. Еришко, в яких розкрито, що важливими етапами стратегічного управління є розробка стратегій на основі аналізу середовища підприємства з метою виявлення сильних та слабких сторін. При цьому доцільно розглядати зовнішнє середовище з точки зору його поділу на мікро- та макросередовище із наявними, відповідно, внутрішніми й зовнішніми чинниками впливу на діяльність підприємства. Вивчення внутрішнього і зовнішнього середовища – це безперервний процес спостереження, вивчення та контролю дії внутрішніх і зовнішніх щодо підприємства чинників із тим, щоб своєчасно та вичерпно визначити можливості й загрози для підприємства, тобто позитивну і негативну дію зовнішніх і внутрішніх чинників. Однак питання щодо формування системи стратегічного управління конкурентоспроможністю будівельних підприємств недостатньо досліджене і потребує подальшої розробки.

**Постановка завдання.** Основним завданням є теоретичне обґрунтування і розробка основ методичного забезпечення формування системи стратегічного управління конкурентоспроможністю будівельних підприємств, що дозволить досягти, з одного боку, конкурентних переваг у вигляді стану низьковитратного підприємства, а з іншого – більш ефективної реалізації будівельних проектів на основі оптимізації управління і фінансування будівельно-монтажних робіт.

**Основна частина.** Протягом останнього десятиліття ринкові перетворення в Україні зумовлюють зміни в системі управління підприємствами, адекватні зовнішньому конкурентному середовищу. Конкурентоспроможність підприємства як об'єкт управління є сукупністю взаємопов'язаних елементів, спрямованою на забезпечення сильних конкурентних позицій, підтримання існуючих і створення нових конкурентних переваг. В сучасних умовах в Україні відбувається посилення конкуренції, внаслідок чого керівники підприємств знаходяться в постійному пошуку нових (адекватних умовам конкуренції) інструментів управління конкурентоспроможністю підприємства, що і зумовлює актуальність вивчення цієї проблематики.

Досягнення високого рівня конкурентоспроможністю є стратегічною ціллю діяльності підприємства в умовах ринку, для досягнення якої необхідна консолідація всіх підрозділів і ланок системи управління підприємства. Однак, управління конкурентоспроможністю не еквівалентне всій діяльності підприємства з досягнення кінцевих цілей, а включає в себе ті функції, що

пов'язані з розробкою і реалізацією стратегії конкуренції, стимулюванням до реалізації стратегії, цільовою орієнтацією різних видів діяльності. Конкурентоспроможність підприємства в загальній класифікації об'єктів управління можна віднести до функціональних (на відміну від виробничих і структурних), які вимагають розробки спеціального механізму управління.

За своїм предметним змістом управління конкурентоспроможністю стосується діяльності підприємства на ринку, приділяючи увагу не стільки наявним ресурсам і процесам, скільки можливостям нарощування свого ресурсного потенціалу. Тобто основною особливістю управління конкурентоспроможністю підприємства є його орієнтація на майбутнє. Необхідність управління конкурентоспроможністю підприємства обумовлюється, насамперед, триваючими швидкими змінами зовнішнього середовища, виникненням важко передбачуваних економічних і фінансових ситуацій. Без сумніву, саме ефективна система управління конкурентоспроможністю підприємством забезпечить стійке положення підприємства на ринку створюючи стабільне підвищення його конкурентних переваг у швидко мінливих умовах зовнішнього середовища.

Під управлінням конкурентоспроможністю підприємства розуміють аспекти виконання загальних функцій управління, які визначають стратегію і політику у сфері створення й реалізації конкурентоспроможних товарів, цілі й відповідальність у даній сфері діяльності суб'єкта господарювання, що реалізуються за допомогою таких засобів, як планування конкурентоспроможності, оперативне управління нею, її забезпечення й підвищення в рамках певної системи конкурентоспроможності.

Структуру основних елементів системи управління конкурентоспроможністю формують програмно-цільові комплексні блоки, що відображають конкретні організаційні, економічні, техніко-технологічні заходи в їхньому взаємозв'язку і взаємозалежності, реалізація яких сприяє результативному здійсненню управлінських рішень у цій сфері діяльності.

Кожний з блоків, своєю чергою, розглядають як систему, що охоплює різноманітні системотвірні компоненти. Всі блоки системи пов'язані один з одним і цим самим створюють визначену цілісність. Вони об'єднані єдиним принципом – кожний з них забезпечує рішення проблеми підвищення конкурентних можливостей підприємства, зміцнення його позицій на ринку, забезпечення стійкого розвитку внаслідок створення і підтримання конкурентних переваг.

Вирішальну роль у здійсненні управління конкурентоспроможністю підприємства через управління конкурентоспроможністю продукції відіграють пріоритети управління, під якими розуміють цільові значення параметрів виробничо-економічної діяльності підприємства.

До основних пріоритетів управління можна віднести: рентабельність виробництва, розмір прибутку, частку окремих видів продукції на конкретних ринках збуту, мінімальний обсяг реалізації продукції по видах на конкретних ринках у натуральному вираженні. Перелік пріоритетів управління може бути досить широким, він залежить від ситуації на підприємстві, цілей і стратегій керівництва, волі власників капіталу підприємства.

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.

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

- 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 [1].

Конкурентоспроможність галузі – це специфічні можливості виробників однотипної продукції конкурувати на ринку [2, 3].

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).

Конкурентоспроможність будівельного підприємства основною мірою залежить від конкурентоспроможності товару, тобто від здатності підприємства виробляти конкурентоспроможну продукцію [4].

Більшість вчених сходяться в думці, що конкурентоспроможність підприємства можна визначити, як здатність одержувати замовлення в умовах конкурентної боротьби з іншими учасниками ринку [5]. 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 і внутрішньої ціни підприємства.

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 такі:

- 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 надійний теплозахист зовнішніх огорожуючи конструкцій;
- 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.

При оцінці якості житла, визначивши перелік найважливіших споживчих характеристик будинку, здійснюють розрахунок коефіцієнта споживчих властивостей:

$$K_{\text{на}} = \sum_{i=1}^n d \frac{P_i}{P_0}, \quad (1)$$

де  $K_{ce}$  – коефіцієнт споживчих властивостей житлового будинку;

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

$\frac{P_i}{P_0}$  – відносний показник споживчих властивостей житлового будинку за  $i$ -м

параметром;

$d$  – коефіцієнт вагомості  $i$ -го параметра;

$n$  – число споживчих властивостей, що цікавлять споживача.

Розрахунок (1) дає можливість здійснити повну оцінку споживчих параметрів (властивостей, характеристик) будівельної продукції відносно базової з урахуванням вагомості того чи іншого параметра.

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.

Виконання 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 виконання будівельно-монтажних робіт представляє собою діяльність, залежну від багатьох випадкових факторів, у зв'язку з чим відхилення від проекту організації будівництва та проекту виконання робіт спостерігаються значно частіше, ніж відхилення від архітектурно-будівельної креслень або технологічної частини проекту.

Поряд з якістю та витратами надзвичайно важливим показником конкурентоспроможності будівельного підприємства є час. Швидкість будівництва визначає строки введення об'єкта в експлуатацію. Простоти можуть виникати як з вини замовника (несвоєчасне забезпечення проектною документацією, неплатежі тощо), так із вини підрядника (через погану організацію провадження робіт, перебої з поставками будматеріалів, поломки техніки, низьку культуру управління), а також викликані об'єктивними причинами (погані погодні умови тощо). Будівництво у великій мірі залежить від погодних умов. І це необхідно враховувати в інженерних розрахунках і при укладанні контрактів.

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.

Визначивши основних конкурентів фірми, можна вибирати стратегію боротьби з ними за споживачів, за їх бюджет. І тому конкурентна боротьба полягає не стільки в діях проти суперників, скільки в завоюванні споживачів, що користуються послугами конкурентів [6].

Тому керівники підприємств повинні зробити свою конкурентну стратегію чіткою і ясною та поінформувати про неї своїх працівників. Без її розуміння неможливо планувати діяльність підрозділів, дотримувати спадкоємність у підготовці та реалізації конкретних заходів. Ефективність реалізації стратегії багато у чому залежить від згуртованості колективу, кожний повинен усвідомлено працювати на досягнення однієї і тієї самої мети.

Головною процедурою вибору має бути зважена оцінка сильних і слабких сторін кожної стратегії і реальних можливостей підприємства щодо використання в умовах наявної кон'юнктури ринку.

Підприємство повинно розробляти і застосовувати в залежності від умов, що складаються на ринку, різні види стратегій, використовувати найефективнішу для конкретних умов. Як правило, успішні організації мають цілий набір таких розробок, до яких належать:

- стратегія зниження собівартості продукції;
- стратегія диференціації продукції;
- стратегія сегментування ринку;
- стратегія впровадження новин;
- стратегія негайного реагування на потреби ринку;
- стратегія диверсифікації.

Основний принцип поведінки успішної фірми на ринку – це вибір і реалізація проектів, найрентабельніших за поточних ринкових умов. Вибір стратегії, що найбільшою мірою відповідає особливостям підприємства і тенденціям розвитку ринкової ситуації, включає низку процедур:

- оцінку переваг і ризиків стратегії;
- аналіз відповідності ринкових умов, необхідних для реалізації стратегії, реальній ситуації на ринку;
- аналіз відповідності особливостей організації виробництва та управління на підприємстві пред'явленим вимогам.

Підприємство, що має чітко виражений основний вид діяльності, як правило, реалізує його за допомогою однієї з наведених базових стратегій. Однак це не означає неможливість використання двох або більше стратегій. Аналіз практики показує, що більшість сучасних підприємств з широкою номенклатурою продукції, яка випускається одночасно, використовують декілька підходів для різних груп товарів, регіонів або періодів свого розвитку. У 70% випадків ці компанії мають вищий показник прибутку на інвестований капітал, ніж ті конкуренти, які віддали перевагу реалізації домінуючої стратегії в рамках самостійних виробничих підрозділів [7]. Як правило, такі компанії повинні бути диверсифіковані і будуватися з використанням нових прийомів і методів організації виробництва.

Таким чином, стратегія конкуренції підприємства – це більше ніж просто сума стратегій окремих підрозділів.

### **Висновки.**

1. Конкурентоспроможність будь-якої організації, зокрема будівельної, має життєво важливе значення для безпеки і ефективного функціонування.



2. Успішність діяльності будівельної організації є функцією від внутрішніх і зовнішніх факторів і визначається ступенем тотожності поставленої мети і досягнутого результату. При цьому керована конкурентоздатність організації відіграє провідну роль гармонізатора внутрішнього та зовнішнього середовища і забезпечує необхідні умови для досягнення успіху. У створенні сприятливих умов роботи будь-якої організації, в тому числі і будівельної, головну роль відіграє держава

#### ***Список літератури:***

1. Ойхман Е.Г., Попов Э.М. Реинжиниринг бизнеса: реинжиниринг организаций и информационные технологии. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 333с.
2. Костюк Л.А. Теоретичні та методичні засади оцінки конкурентоспроможності / Л.А. Костюк // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету. (Економічні науки). – 2012. – Випуск 2. – С. 22 – 30.
3. Белов О.В. Методичні підходи до оцінки рівня конкурентоспроможності торговельного підприємства / О.В. Белов, Л.М. Кириченко // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія Економіка. – 2011. – Спецвипуск 33, Ч. 1. – С. 18 – 25.
4. Шкарлет С.М. Методологічні аспекти та методичні принципи оцінки конкурентоспроможності сироварних підприємств / С. М. Шкарлет, Л.С. Ладонько, Т.І. Корж // Науковий вісник ЧДІЕУ. – 2011. – № 3 (11). – С. 153 – 161.
5. Иванов Ю.Б. Конкурентні переваги підприємства: оцінка, формування та розвиток: монографія / Ю.Б. Иванов, П.А. Орлов, О.Ю. Иванова. – Х. : ІНЖЕК, 2008. – 352 с.
6. Цибульська Е.І. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посіб. для студентів, які навчаються за спец. 051 – Економіка / Е. І. Цибульська ; Нар. укр. акад. – Харків : Вид-во НУА, 2018. – 320 с.
7. Нестеренко О. В. Залучення інвестицій інноваційно-активним підприємством на засадах управління ризиками [Текст] : автореферат дис. канд. екон. наук / О.В. Нестеренко ; 08.00.04 - економіка та упр. підприємствами (за видами екон. діяльн.). – Одеса : ОНПУ, 2019. – 24 с.
8. Шевчук К.І. Економічні інструменти управління ефективністю і конкурентоспроможністю виробництва (підприємства) / Крикун К.В., Оліферук С.Л., Шевчук К.І., Сердюченко Н.Б. // Міжвідомчий наук.-тех. зб. «Будівельне виробництво». -Вип.63.- К.:БП НДІБП, 2018
9. Росинський А.В. Впровадження CRM-системи як засіб підвищення конкурентоспроможності девелоперської компанії. Ефективні технології в будівництві: IV Міжнародна науково-технічна конференція, 27-28 березня 2019 р.: програма та тези доп. – К., 2019. – С. 132-133

#### ***References:***

1. Oykhaman, E.G. & Popov, E.M. (2005). Business reengineering: organization reengineering and information technology. – М.: Finance and Statistics.

2. Kostyuk, L.A. (2012). Theoretical and methodological foundations of competitiveness assessment. *Collection of scientific papers of the Taurida State Agrrotechnological University. (Economic sciences, 2, 22 – 30.*

3. Belov, A.V. (2011). Methodological approaches to assessing the level of competitiveness of a trading company. *Scientific Herald of the University of Uzhgorod. Series Economics. Special issue , 33, (Vol 1), 18 – 25.*

4. Shkarlet, S.M., Ladushki, L. & Korzh, T.I. (2011). Methodological aspects and methodological principles for assessing the competitiveness of cheese-making enterprises. *Bulletin of ChDIU, 3 (11), 153 – 161.*

5. Ivanov, Yu.B., Orlov, P.A. & Ivanova, A.Yu. (2008). Competitive advantages of the enterprise: assessment, formation and development: monograph, 352 p.

6. Tsibulsky, E.I. (2018). The competitiveness of the enterprise: textbook. allowance. for students studying in special. 051 – Economics /320 p.

7. Nesterenko, A.V. (2019). Attracting investment by an innovatively active enterprise based on risk management: abstract of thesis. ... cand. econ. Sciences /08.00.04 – Economics and management. enterprises (by type of economic. active.). 24 p.

8. Shevchuk K.I., Oliferuk S.L., Krykun K.V. & Serdiuchenko N.B. (2018). Ekonomichni instrumenty upravlinnia efektyvnistiu i konkurentospromozhnistiu vyrobnytstva (pidpriemstva). *Budivelnne vyrobnytstvo, 63.*

9. Rosynskiy, A.V. (2019). Vprovadzhennia CRM-systemy yak zasib pidvyshchennia konkurentospromozhnosti developerskoi kompanii. Efektyvni tekhnologii v budivnytstvi: IV Mizhnarodna naukovo-tekhnichna konferentsiia, 132-133.

**В.И. Савенко, И.С. Нестеренко, В.В. Ключева**

**Управление конкурентоспособностью предприятия в современных условиях хозяйствования**

В статье рассмотрены основные элементы управления конкурентоспособностью предприятия и продукции, показатели конкурентоспособности строительного предприятия, принципы выбора базовых конкурентных стратегий с учетом реальных возможностей предприятия. Показано роль основных определяющих внутренних и внешних факторов, влияющих на эффективную деятельность производственной организации и их значение для укрепления конкурентоспособности строительного предприятия, а также возможности управления конкурентоспособностью в условиях рыночных отношений.

**Ключевые слова: конкуренция, стратегия, структура, управление, себестоимость, диверсификация, мотивация, контроль.**

**V. Savenko, I. Nesterenko, V. Klyuyeva**

**Enterprise competitiveness management in modern business conditions**

The need to manage the competitiveness of the enterprise is due, first of all, to the ongoing rapid changes in the environment, the emergence of unpredictable economic and financial situations. An effective enterprise competitiveness management system

*ensures the firm's stable position on the market, creating a steady increase in its competitive advantages in a rapidly changing environment.*

*The analysis of the literature has shown that the competitiveness of the enterprise in the general classification of management objects can be attributed to functional (as opposed to production and structural), which require the development of a special management mechanism.*

*The main task is to theoretically substantiate and develop the basics of methodological support for the formation of a strategic management system for the competitiveness of construction enterprises, which will allow to achieve, on the one hand, competitive advantages in the form of low cost enterprise, and on the other - more effective implementation of construction projects on the basis of optimization of management and construction financing - assembly works.*

*The article considers the basic elements of managing the competitiveness of the enterprise and products, the competitiveness indicators of the construction company, the principles of choosing basic competitive strategies, taking into account the real capabilities of the enterprise. The role of the main determinants of internal and external factors that influence the effective activity of a production organization and their importance for enhancing the competitiveness of a construction company, as well as the ability to manage competitiveness in market relations are shown. It is revealed that the enterprise competition strategy is more than just the sum of the strategies of individual units, and one of the basic factors for the competitiveness of construction products is the time of construction of the building and its commissioning. The connection between the competitiveness of the enterprise and the competitiveness of construction products is identified, and the factors that shape it are determined.*

**Keywords: competition, strategy, structure, management, cost, diversification, motivation, control.**

### **Посилання на статтю**

**APA:** Savenko, V.I., Nesterenko, I.S. & Kliuieva, V.V. (2019) Upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpriemstva v suchasnykh umovakh hospodariuvannia. *Shliakhy pidvyshchennia efektyvnosti budivnytstva v umovakh formuvannia rynkovykh vidnosyn*, 42, 66–76.

**ДСТУ:** Савенко В.І. Управління конкурентоспроможністю підприємства в сучасних умовах господарювання [Текст] / В.І. Савенко, І.С. Нестеренко, В.В. Ключова // Шляхи підвищення ефективності будівництва в умовах формування ринкових відносин. – 2019. – № 42. – С. 66–76.