

- переорієнтація будівельних фірм з узкофункціонального будівництва на вирішення проблем замовників;
- уніфікація технологій будівництва аж до впровадження інформаційних технологій;
- висока матеріаломісткість будівельного виробництва і, отже, необхідність пошуку додаткових шляхів зниження частки матеріальних витрат в собівартості будівельної продукції;
- зростання ступеня індивідуалізації виробничого процесу як в житловому, так і в інших видах будівництва, що неминує веде до розширення номенклатури споживаних матеріальних ресурсів, різноманіттю побудови схем оплати готової продукції та будівельно-підрядних робіт тощо;
- територіальна роз'єднаність будівельних об'єктів фірми, яка збільшує транспортно-заготівельні витрати при матеріально-технічному забезпеченні, що також викликає необхідність їх мінімізації;
- бартеризація товарообмінних операцій і застосування негрошових форм розрахунків за виконані будівельно-монтажні роботи (особливо це стосується житлового будівництва), що викликає необхідність звернення до спеціалізованим посередницьким організаціям або створення власних збутових служб.

Все це може бути успішно вирішено лише в союзі з маркетингом, так як отримана від нього інформація є основою для прийняття рішень.

## **АНАЛІЗ ЗОВНІШНІХ ТА ВНУТРІШНІХ ФАКТОРІВ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

О. П. КОЮДА, канд. екон. наук, доц., Д. О. ЩУКІНА  
*Харківський національний університет міського господарства  
імені О. М. Бекетова*

У сучасному світі конкуренція - це важливий елемент механізму саморегулювання ринкової економіки і водночас конкретна форма її функціонування.

Конкуренція виконує ряд важливих функцій, серед яких: визначення ринкової вартості товару в процесі конкурентної боротьби; стимулювання впровадження досягнень науково-технічного прогресу у виробництво як інструмент економічної виживаності підприємств й одержання інших переваг перед конкурентами; відбір у процесі конкуренції найбільш ефективних форм

власності й господарювання, виключення її неефективних ланок через механізм банкрутства [1,2].

Дослідження конкурентоспроможності підприємства мають важливе значення при розробці практичних рекомендацій, щодо зміцнення позиції підприємства на певному сегменті ринку, а також при виборі ним партнера для організації спільного випуску продукції, при залученні коштів інвесторів для розвитку виробництва тощо.

Аналіз конкурентоспроможності підприємства на ринку потребує вивчення факторів, що впливають на відношення покупців до підприємства та її продукції і як результат — зміна частки продукції підприємства на ринку. Усі фактори конкурентоспроможності можна умовно розділити на зовнішні й внутрішні (див рис.1).



Рисунок 1 – Фактори конкурентоспроможності підприємства

Під зовнішніми факторами розуміють сукупність суб'єктів господарювання, економічних, суспільних і природних умов, національних і міждержавних інституціональних структур та інших зовнішніх умов і чинників, що діють у глобальному оточенні та здійснюють вплив або можуть вплинути на функціонування підприємства.

Оцінка впливу факторів зовнішнього середовища на конкурентоспроможність підприємства проводиться у загальновизнаному порядку. Після встановлення місії й цілей підприємства виконується діагностичний етап: оцінка змін, що впливають на різні аспекти потенціалу підприємства; визначення факторів, що представляють погрозу для конкурентоспроможності потенціалу підприємства; аналіз діяльності конкурентів; визначення факторів, що представляють більше можливостей для досягнення стратегічних цілей підприємства [1-3].

Аналіз факторів впливу зовнішнього середовища на конкурентоспроможність підприємства дає час для прогнозування можливостей, розробки плану дій на випадок непередбачених обставин, розробки заходів, які дозволять перетворити загрози на будь-які вигідні можливості. Для аналізу факторів макросередовища частіше використовують PEST-аналіз (політичні, економічні, соціальні, технологічні фактори), SWOT-аналіз, який допомагає визначити погрози й можливості з якими зіштовхується підприємство, і встановити несприятливі фактори, які можуть знизити рівень ефективності потенціалу підприємства.

Отже, під час оцінювання, прогнозування та управління конкурентоспроможністю підприємства необхідно враховувати усю сукупність внутрішніх та зовнішніх чинників, що вплинули чи потенційно можуть вплинути на її формування.

Результати дослідження довели, що аналіз впливу зовнішніх та внутрішніх факторів на конкурентоспроможність підприємства дає можливість: знизити рівень невизначеності й ризику в процесі виробничо-збутової діяльності підприємства; підвищити якість стратегічного планування й прогнозування виробничо-збутової діяльності підприємства; підвищити рівень конкурентоспроможності підприємства та його продукції; зберегти конкурентні позиції та збільшити частку ринку, що належить підприємству.

Отже, дослідження конкурентоспроможності підприємства є невід'ємною частиною рентабельного та стабільного ведення підприємницької діяльності. Є досить багато факторів, які можуть впливати на конкурентоспроможність та якісне функціонування підприємства. Усі ці фактори треба враховувати при аналізі конкурентоспроможності підприємства.

#### **Список використаних джерел**

1. Блонська Д. І. Підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства як основний фактор його діяльності [Електронний ресурс] / Блонська Д. І., Яцусь П. Ю. – Режим доступу : <http://nbuv.gov.ua>.

2. Васенгин А. В. Повышение конкурентоспособности строительного предприятия на рынке подрядных работ в современных условиях: дис. ...канд. экон. наук. 08.00.05 / А. В. Васенгин. – Тюмень, 2002. – 141 с.

3. Васютіна І. О. Теоретичні аспекти конкурентоспроможності підприємств / І. О. Васютіна // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2011. – № 5. – С. 114–118.

## **ПИТАННЯ СТВОРЕННЯ ПАРКІНГІВ В м. ХАРКОВІ**

О. М. БУРАК, канд. экон. наук, доц., І. І. ТРОЩИНСЬКИЙ  
*Харківський національний університет міського господарства  
імені О. М. Бекетова*

В Україні до 2020 р. визначено пріоритет розвитку автомобільного транспорту як швидкого, мобільного, соціально значущого виду транспорту. Паралельно з цим вагомою стає потреба в організації споруд для його зберігання. Через зростання автомобілізації і недостатню кількість обладнаних машино-місць виникають транспортні затори та екологічний дисбаланс у містах, що обумовлює актуальність і важливість розгляду даної теми.

Метою даної роботи є розкриття питань необхідності створення паркінгів для м. Харкова.

Типологія і об'ємно-просторова структура багатоповерхових автостоянок розглядалась дослідниками з США, Великобританії – Ш. МакДональд та С. Хенлі.

Проблема гуманізації архітектурного середовища багатоповерхових автостоянок розкрита у роботі Є. А. Голубевої.

Розробці конструктивних рішень багатоповерхових автостоянок присвячені роботи І. В. Барабаша, Г. В. Давидюка, О. В. Сібіковського, О. Л. Підгорного та ін.

Місто Харків потребує пошуку раціональних архітектурно-планувальних прийомів формування доступних, багатофункціональних, екологічних та енергоефективних багатоповерхових автостоянок.

Автостоянка – спеціально обладнана відкрита площадка для постійного або тимчасового зберігання легкових автомобілів та інших мототранспортних засобів [1].

В закордонній практиці використовують термін «паркінг» – автостоянки, наземні (в основному відкритого типу) і підземні гаражі для тимчасового зберігання легкових автомобілів.