

Кількісні – методи, що використовують опитування, анкетування, інтерв'ювання, і ті, що дають кількісну оцінку конкретним проявам культури [2].

Серед кількісних методів найбільш відомими є такі методики [3], як:

– OCAI (Organizational Culture Assessment Instrument) Камерона і Куїнна. Методика OCAI передбачає, що існують чотири різні моделі організаційної культури: кланова, адхократична, ієрархічна і ринкова культура.

– OCI (Organizational Culture Inventory) Кука і Лафферті. За допомогою OCI вивчається думка працівників про те, як необхідно діяти в даний час, щоб домогтися успіху в організації.

– DOCS (Denison Organizational Culture Survey) Деніела Р. Денисона. Метою застосування цієї моделі є кількісний вимір, діагностика культури і пошук заходів щодо її зміни. При цьому враховується багато факторів, такі, наприклад, як галузь, в якій працює компанія, стратегічні цілі компанії, тенденції на ринку і стиль лідерства.

– OSC (Organizational Culture Survey) С. Гласер і С. Заману. Для аналізу використовується 6 параметрів організаційної культури, які включають в себе: командну роботу; мораль – що є мотивацією працівників до продуктивної роботи; інформаційні потоки; участь в управлінні; контроль – чи є керівник тільки контролером або ще й помічником; збори – наскільки продуктивно використовується час нарад, і які наслідки прийнятих колегіально рішень.

Практичне використання різних методів діагностики організаційної культури може реально допомогти керівникам у прийнятті управлінських рішень, які приведуть до підвищення ефективності роботи організації. Таким чином, будуть вирішені завдання, спрямовані на виховання та підтримку персоналу, згуртованість колективу, високу результативність роботи.

Організаційна культура свідчить про велику частину явищ соціального і матеріального життя колективу, домінуючі моральні норми і цінності, кодекс поведінки. Завданнями керівного складу фірми є формування, аналіз, управління і підтримку найбільш сприятливою ефективності діяльності корпоративної культури, яка виступає невідемним важелем для діяльності підприємства

### *Джерела та література*

1. Організаційна культура в менеджменті. URL: [https://studme.com.ua/1835100112732/menedzhment/organizatsionnaya\\_kultura\\_menedzhmente.htm](https://studme.com.ua/1835100112732/menedzhment/organizatsionnaya_kultura_menedzhmente.htm)
2. Комарова К. В. Організаційна культура: навч. посіб. 2010. URL: <https://studfile.net/preview/5705977/page:3/>
3. Ліфінцев Д. С. Методичні основи оцінки впливу корпоративної культури на діяльність організації. *Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка»*. URL: <http://www.Economy.nauka.com.ua/?op=1&z=635>

**Гончарук Ю.** – магістрант

Науковий керівник: к. пед. н., доц.  
Р. Кубанов

Відокремлений структурний підрозділ  
«Інститут інноваційної освіти Київського національного університету  
будівництва і архітектури»  
м. Київ, Україна

## **Чинники підвищення конкурентоспроможності будівельного підприємства**

Підтримання належно-високого рівня конкурентоспроможності будівельних підприємств є складним процесом, котрий вимагає постійних пошуків нових шляхів для розвитку. Для цього необхідне розуміння, які саме фактори мають найбільший вплив. На даний момент не

існує єдиної думки щодо факторів, що негативно чи позитивно впливають на конкурентоспроможність будівельних підприємств.

Певний внесок у розвиток теорії конкуренції здійснили такі вчені, як Д. Рікардо, М. Портер, К. Р. Макконнелл, С. Л. Брю, А. П. Градов, Г. Л. Азоєв, Р. А. Фатхутдінов, Д. Ю. Юданов та ін.

**Мета дослідження.** Обґрунтувати чинники, що впливають на конкурентоспроможність будівельних підприємств із урахуванням специфіки галузі.

Найбільш загальним є визначення конкуренції як змагальності, суперництва, напруженої боротьби юридичних або фізичних осіб на ринку за покупця, за своє виживання в умовах дії закону «вимивання» неякісних товарів та послуг [3, 16]. Конкурентоспроможність підприємства є найбільш актуальною проблемою його діяльності, чим вищий рівень конкурентоспроможності підприємства, тим більш прибутковим воно є. Розробка заходів щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства стає основним завданням сучасних підприємств України.

Будівельна галузь є однією із найскладніших галузей економіки нашої держави, оскільки має цілий ряд специфічних ознак, котрі можна поділити за двома напрямками впливу. Перший включає специфіку будівельної продукції, а другий – виробничий процес. До першого напряму, слід віднести: нерухомість об'єктів, індивідуальність об'єктів, трудомісткість продукції, матеріаломісткість продукції. До другого – технології будівельного виробництва, природні умови зведення об'єктів, довготривалість виробничого циклу, залучення співвиконавців [1, 98–99].

Є інші підходи, на думку М. В. Микитась, всі чинники конкурентоспроможності підприємства можна поділити на внутрішні та зовнішні. До внутрішніх чинників відносяться ті, на які підприємство може безпосередньо впливати. На нашу думку до основних внутрішніх чинників конкурентоздатності будівельного підприємства відносяться: спеціалізація – ступень унікальності виконуваного виду робіт; комплексність виконання робіт; ступень диверсифікації діяльності підприємства; ступень територіальної диверсифікації; якість будівельних робіт та іншої продукції підприємства; наявність кваліфікованого робітничого та інженернотехнічного персоналу; ефективна система мотивації працівників; наявність системи управління якістю продукції; технічний рівень виробництва; застосування новітніх технологій виконання робіт, матеріалів, машин та механізмів; раціональна організація виконання будівельних робіт; собівартість виконання робіт; наявність надійних постачальників будівельних матеріалів; фінансова стійкість підприємства; рентабельність – забезпеченість оборотними коштами; можливість вільного доступу до додаткових фінансових джерел; швидкість залучення додаткових фінансів; наявність розвинутих виробничих зв'язків; ділова репутація підприємства, торгова марка; ефективна маркетингова стратегія тощо. До основних зовнішніх чинників конкурентоздатності будівельного підприємства можна віднести наступні: міжнародна економічна ситуація; регуляторна політика держави: о умови доступу на ринок – необхідність ліцензування чи сертифікації, вимоги щодо досвіду роботи, забезпеченості будівельними машинами та механізмами, кваліфікованим персоналом для виконання певних видів будівельних робіт; о законодавчо-нормативне поле будівельної галузі, що регламентує вимоги до порядку здійснення будівельної діяльності, встановлює вимоги щодо якості робіт, визначає систему ціноутворення в будівництві тощо; о податкова політика; о наявність державних програм розвитку будівництва, доступність кредитних ресурсів; обсяги та доступність державних замовлень; політична ситуація в країні; загальноекономічна ситуація в країні, що визначає зокрема рівень інфляції, середню заробітну плату і відповідно рівень платоспроможності населення, частку середнього класу, який є основним замовником будівельної продукції; середня заробітна плата в галузі (регіоні); середня норма прибутку в галузі; середній рівень кваліфікації персоналу в галузі (регіоні); привабливість для іноземних інвесторів галузей економіки, розвиток яких потребує будівельної продукції тощо [2, 145–146]. Для забезпечення та підтримання своєї конкурентоспроможності підприємство має постійно відслідковувати її рівень, виявляти вузькі місця та розробляти і запроваджувати відповідні заходи щодо їх ліквідації.

Фахівці визначають [1–3], що будівельна галузь має відіграти провідну роль у процесі інноваційної модернізації національної економіки, оскільки більшість заходів з модернізації є

реальними інвестиціями, основними складовими яких є будівельні проекти. В той же час будівельні підприємства потребують інноваційної перебудови в сфері технології та організації будівельного виробництва, а також оновлення технічного оснащення. Таким чином, для успішної реорганізації виробничої сфери економіки України необхідно, в першу чергу, забезпечити високотехнологічне, оснащене сучасною технікою будівельне виробництво з високим рівнем управління та із відповідним забезпеченням будівельними матеріалами, виробами й конструкціями.

Таким чином, питання підтримки і підвищення конкурентоспроможності є ключовим для виживання на ринку, а також те, що використання тільки традиційних ресурсів під час формування конкурентних переваг не здатне привести до бажаних результатів на ринку.

Урахування чинників конкурентоспроможності у практичній діяльності дасть змогу прискорити стабілізаційні тенденції на будівельних підприємствах та дасть змогу наблизити не лише кількісні, а й якісні показники розвитку будівництва України до європейських стандартів.

### *Джерела та література*

1. Смачило В. В., Головка-Марченко І. С. Фактори конкурентоспроможності будівельних підприємств. *Молодий вчений*. 2017. № 4. С. 98–103
2. Микитась М. В. Підвищення конкурентоспроможності будівельного підприємства. *Шляхи підвищення ефективності будівництва в умовах формування ринкових відносин: зб. наук. пр.* Київ: КНУБА, 2012. Вип. 26. С. 143–148.
3. Коваленко В. О. Розробка заходів з підвищення конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах. *Економіка підприємства*. 2015. № 2. С. 15–18.

**Гуменюк І.** – студентка

Науковий керівник: д. е. н., проф.  
В. Семенова

Одеський національний економічний  
університет, м. Одеса, Україна

## **Розвиток інноваційного підприємництва в Україні**

Забезпечення сталого економічного розвитку завжди було, є і буде основою стратегії будь-якої країни, оскільки саме це дає їй змогу посісти гідне місце у світовому економічному співтоваристві та досягти високих життєвих стандартів для своїх громадян. В умовах глобалізації процесів економічного розвитку країн підвищення конкурентоспроможності економіки завдяки інноваційності має стратегічне значення.

Саме малому бізнесу належить важливе місце у здійсненні найважливіших науково-технічних, фундаментальних і дослідно-конструкторських робіт, передусім у галузі електроніки, кібернетики, інформатики. Сприяючи прискоренню реалізації новітніх технічних і комерційних ідей, випуску наукомісткої продукції, мале підприємництво тим самим виступає провідником НТП. Так, у США малими фірмами було створено 35 %, а у Великій Британії й Німеччині – відповідно 23 і 26 % нововведень [1, 5].

Малі науковотехнічні компанії розвиваються й у нашій країні. Багато з них займаються наукомісткими виробництвами, розробленням нових продуктів і технологій. Слід зазначити, що роль малих фірм у процесі нововведень не є універсальною – їм належить особливе, власне місце в інноваційній сфері. Характерною рисою інноваційної діяльності малих фірм є переважна орієнтація на створення продуктів-інновацій, а не нових технологій.

Сьогодні лише незначна кількість українських підприємств упроваджують новітні технології та розробляють власні. Світовий досвід і практика господарювання переконують, що розвиток малого підприємництва вимагає потужної підтримки на всіх рівнях. Однією з важли-