

УДК 338.138

## ХАРАКТЕРИСТИКА РИНКУ БУДІВЕЛЬНИХ ПОСЛУГ НА ОСНОВІ МОДЕЛІ П'ЯТИ СИЛ КОНКУРЕНЦІЇ М. ПОРТЕРА

М.С. МУРАВИНЕЦЬ

Київський національний університет технологій та дизайну

*У статті подано аналіз ринку будівельних послуг за моделлю п'яти сил конкуренції М. Портера. Виявлено та систематизовано основні фактори, які впливають на діяльність вітчизняних будівельних компаній*

Динамічний розвиток будівельної галузі сприяє розвитку конкуренції, а отже, стимулює будівельні компанії до надання послуг більш високої якості, чіткого дотримання прийнятих зобов'язань, впровадження нових технологій, знаходження нестандартних рішень виробництва і використання якісних матеріалів. Лідерство на ринку будівельних послуг сьогодні належить компаніям, які активно розвивають і вдосконалюють свої фінансові, технологічні та людські ресурси. За таких умов особливої актуальності набувають маркетингові дослідження з метою виявлення новітніх тенденцій у конкурентному середовищі та своєчасної адаптації будівельних підприємств до особливостей ситуації, що склалася.

### **Об'єкти та методи дослідження**

Об'єктом дослідження процес конкуренції на українському ринку будівельних послуг. Під час досліджень використано такі загальнонаукові методи, як аналіз, синтез, порівняння, групування, впорядкування, системний аналіз, а також методи аналогії та моделювання.

### **Постановка завдання**

Метою статті є дослідження стану ринку будівельних послуг, виявлення особливостей його розвитку, а також виділення основних конкурентних факторів, які впливають на діяльність вітчизняних компаній, що надають послуги з будівництва житла.

### **Результати та їх обговорення**

Майкл Портер – визнаний фахівець у сфері вивчення економічної конкуренції, в тому числі конкуренції на міжнародних ринках між компаніями, країнами і регіонами – запропонував модель п'яти конкурентних сил (Porter's Five Forces of Competition Framework), які визначають рівень прибутковості у галузі [1]. Ця модель залишається одним з найпопулярніших інструментів індустріального аналізу. Для оцінки привабливості індустрії пропонується аналізувати такі п'ять сил: компанії-конкуренти, які вже закріпились на ринку; нові конкуренти; товари-субститути, вироблені за іншою технологією; споживачі; постачальники (рис. 1).

**Існуючі конкуренти в галузі.** Ринок житлової нерухомості міста Києва впродовж останніх десяти років пережив серйозні трансформаційні процеси. З початку 90-х років по 2001 рік галузь була практично в монопольному керуванні компаній «Київміськбуд» і «Познякижилбуд». В основному ринок первинної столичної нерухомості було зорієнтовано на клієнтів середнього рівня доходу, а також на невеликий відсоток покупців, що мають високий дохід [2]. Житлові масиви Оболонь, Позняки, Харківський були основними районами міста Києва, де здійснювалося будівництво житла класу «економ». Цей сегмент ринку був підконтрольний холдингу «Київміськбуд». Компанія «Познякижилбуд» була головним забудовником житла класу «бізнес» у Печерському районі, а також житла класу «економ» на Харківському житловому масиві.

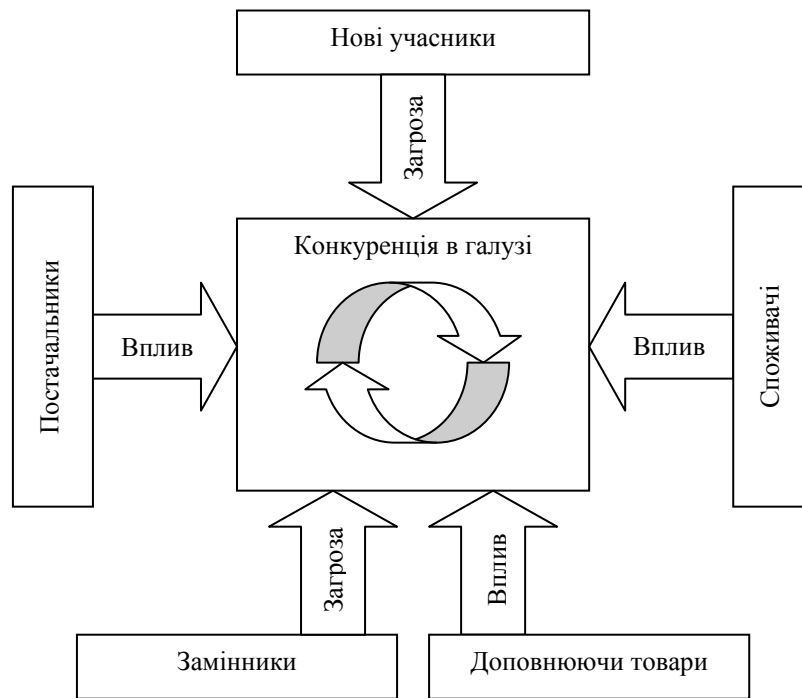


Рис. 1. Модель п'яти сил конкуренції М. Портера [1]

Підприємствами вищого рівня в будівельному бізнесі вважаються так звані девелопмент-компанії, що мають і розпоряджаються фінансовими коштами. Це перш за все холдингова компанія «Київміськбуд», а також «Познякижилбуд» та «Житлобуд».

Наступний рівень представляють компанії, що спеціалізуються на генпідряді: трести «Київміськбуд», «Базис-СК», «Інтербудсервіс». При роботі з генпідрядником вартість проекту збільшується на 5–15%, але замовники вже давно оцінили значущість генпідрядника, що координує діяльність всіх учасників проекту і відповідає перед замовником.

На думку операторів ринку, за існуючий обсяг замовлень сьогодні змагаються дуже багато фірм. Невиправдано багато компаній називають себе генпідрядниками, не маючи необхідного досвіду. В той же час спостерігається дефіцит девелопмент-компаній, здатних самостійно вкладати кошти в будівництво з тим, щоб повернути їх вже після виконання проекту [2].

Можна говорити про те, що на будівельному ринку сформувалася група компаній-лідерів: ХК «Київміськбуд», ЗАТ «Трест «Київміськбуд-1»», «Житло-Інвест», на які падає велика частка будівництва житла в Києві. У сегменті будівництва елітного житла виділяються прогресивними технологіями, високою якістю та сучасним сервісом компанії «ТММ», «Познякижилбуд», «Консоль», «Житло ХХІ століття», «Київ-Донбас», ТД «Інтерсервіс» та ін. [2].

**Проникнення на ринок нових конкурентів.** З початку 2001 року до теперішнього часу будівельна галузь переживає стадію інтенсивного розвитку, внаслідок чого інвестування в дану сферу стало одним з пріоритетних напрямів великої кількості вітчизняних та іноземних інвесторів. Позитивна кон'юнктура ринку сприяла появі нових будівельно-інвестиційних компаній, що активно будують різні класи житла по всій території міста Києва.

Будівельна галузь в будь-якій країні приватизується однією з перших. Так було в країнах Східної Європи. Україна не стала винятком. На сьогодні 86% підприємств – недержавної форми власності. В основному це колективні підприємства – закриті акціонерні товариства, товариства з обмеженою відповідальністю і т.д., яких нараховується близько 5,5 тис. [3].

Паралельно з роздержавленням відбувався й інший процес: з'являлися цілком нові підприємства, побудовані за сучасним зразком. Таких сьогодні налічується близько 7,5 тис. Проте, ця кількість малих і середніх компаній є незначною; у Польщі їх, наприклад, у 10 разів більше – 70-80 тис.

Ринкові процеси пережили не всі підприємства: ринок передбачає абсолютно нові підходи до роботи, реалізації своєї продукції. На перший план вийшла проблема, яка раніше ніколи не була первинною, а саме якість будівельних послуг і робіт. У зв'язку з тим, що обсяг будівельного ринку дедалі скорочується, конкуренція між операторами збільшується.

Група провідних компаній представлена 30–40 операторами, що мають досить стабільне становище на ринку і середній обіг. Конкурувати сьогодні з цими компаніями більш ніж проблематично: необхідно або вийти з новітньою пропозицією, або з дуже низькою ціною, або мати підтримку західного партнера.

**Можливості споживачів.** Динаміка розвитку ринку житлової нерухомості в місті Києві у 2004–2006 рр. продемонструвала надмірно високі показники зростання. Впродовж цих років на ринку столичної нерухомості виник дисбаланс, викликаний суттєвим перевищенням попиту з боку покупців над пропозицією житлових площ з боку як власників вторинного ринку нерухомості, так і забудовників нових житлових площ [2].

Сприятлива кон'юнктура ринку стимулює зростання інтересу покупців до придбання нового столичного житла. Інтенсивний процес урбанізації населення України зумовив переїзд великої кількості жителів України з провінційних міст в обласні центри і столицю. Багато приїжджих зацікавлені в придбанні житла, оскільки прагне уникнути витрат, пов'язаних із здійсненням орендних платежів. Ця тенденція істотно підвищила попит на житлові площі, внаслідок чого ринок житлової нерухомості не зміг забезпечити в належній кількості цей попит, що призвело до великого дефіциту житлових площ.

Одним з найбільш істотних чинників, що позитивно вплинули на розвиток ринку житлової нерухомості Києва, стала інноваційна політика банківських інституцій, спрямована на формування полегшених умов надання кредитів для позичальників.

Полегшення процедурних питань, а також можливість отримання довгострокових кредитів на термін більше як десять років зумовили зростання попиту на ринку житлової нерухомості. Різка зниження ставок по кредитах також сприяло збільшенню попиту на кредитні кошти з боку позичальників (таблиця).

#### Валютні процентні ставки по кредитах на столичне житло у 2000–2006 рр.

Рік	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Максимальний відсоток за кредитами	40,3	31,9	24,8	17,9	17,3	16,4	15,5

Станом на квітень 2006 р. більше 60% столичного житла м. Києва було придбано за участю кредитних коштів [4].

**Можливості постачальників.** Одним із істотних ризиків, здатних вплинути на зростання вартості первинного житла, є подорожчання будівельних матеріалів на 10–15%, у 2007 році. Як наслідок, це подорожчання призводить до чергового підвищення цін на ринку первинної нерухомості [2].

Наразі ринок будматеріалів відчуває традиційне сезонне піднесення, а це на тлі його стабільного розвитку, що триває вже кілька років поспіль, створює сприятливі умови для виробників і продавців, а також для ремонтно-будівельних підприємств.

Збереження високого рівня попиту на певні групи будматеріалів (зокрема, на цемент, лакофарбову продукцію тощо) дозволяє навіть в умовах жорсткої конкуренції розширювати їх виробництво та збільшувати обсяги продажів. До того ж ціни на ці групи товарів останнім часом не тільки лишаються стабільними (у доларовому еквіваленті), а й децю зростають, наприклад, на оздоблювальну продукцію з якісно новими експлуатаційними характеристиками та вмістом натуральних компонентів.

Сьогодні на ринку добре співіснують й імпортери, і вітчизняні виробники, нарощують виробничі потужності та вдосконалюють товарний асортимент. Отже, невдовзі слід чекати зниження загального рівня цін.

На ринку лакофарбових матеріалів спостерігається зменшення імпортних поставок, однак у структурі продажів співвідношення імпорт – вітчизняна продукція поки що залишається незмінним, тобто торгівля намагається позбутися товарних запасів, звільняючи таким чином простір для вітчизняної продукції. Продукція українських виробників уже забезпечує близько 60% ринкової пропозиції [4].

На ринку оздоблювальних матеріалів для підлоги ситуація схожа: вітчизняні виробники впевнено захопили 85% ринку паркету, майже 30% ринку лінолеуму та ковроліну. Дуже перспективним є ринок цементу (одна з небагатьох ринкових сфер, де безроздільно панує вітчизняний виробник), бо після кризи 1998 року обсяги виробництва зменшилися майже вчетверо, а попит на цемент невпинно зростає, як утім і на інші будматеріали, бо будівельна галузь України відчуває неабияке поживлення.

**Товари-субститути.** Упродовж останніх років сталися суттєві зміни структури ринку первинної нерухомості міста Києва. Враховуючи конкуренцію, що посилюється, а також інтенсивне зростання вимог клієнтів, будівельні компанії вимушені адекватно реагувати на кон'юнктуру ринку нерухомості міста Києва, яка постійно змінюється. Спостерігається збільшення попиту на вищі класи житлової нерухомості. Найбільш затребуваними залишаються квартири класів «економ» і «економ+», але в той же час істотно збільшується попит на квартири класів «бізнес» і «бізнес+».

Рада директорів Української будівельної асоціації (УБА), до складу якої входять понад 58 інвестиційно-будівельних компаній, затвердила класифікацію київського житла. Згідно з розробленою класифікацією, житло поділяється на п'ять класів: соціальне, економ, бізнес, преміум та де-люкс. Для визначення класу житла автори використали понад 100 параметрів, поділених на сім основних груп: місце розташування; будівельні та технічні характеристики будівлі; облаштування будівлі та прибудинкової території; соціальна інфраструктура будівлі; матеріали та обладнання; технічна інфраструктура; організація управління та експлуатації [5]. Будь-яка новинка на ринку житлової нерухомості може бути класифікована цим документом і зарахована до певної категорії.

Результати проведеного аналізу ситуації у будівельній галузі за моделлю п'яти сил конкуренції М. Портера узагальнено на рис. 2.

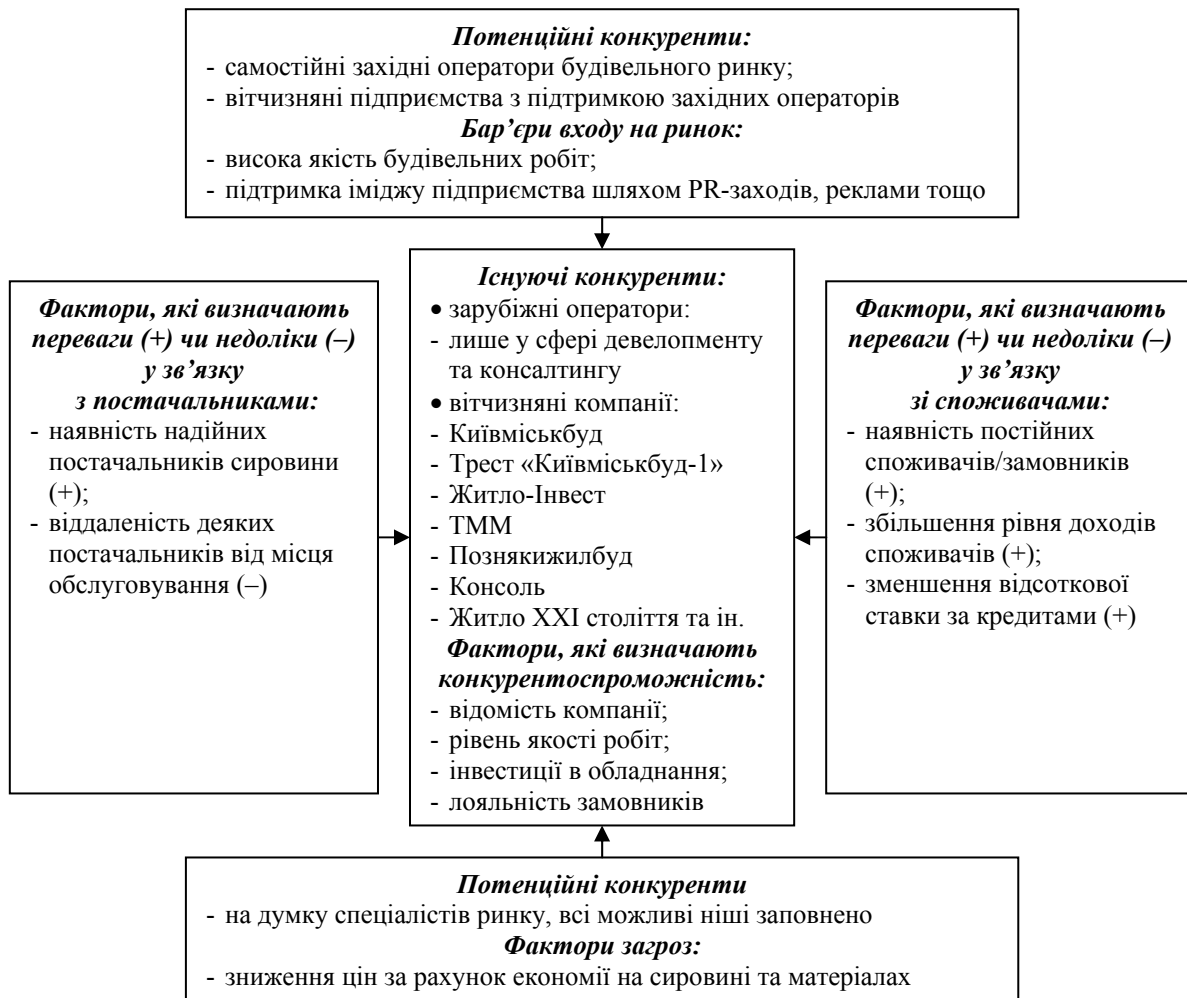


Рис. 2. Модель М. Портера для ринку будівельних послуг у м. Києві

**Висновки**

Аналіз конкурентних сил показує, що ситуація зі споживачами/замовниками на ринку досить сприятлива. Серед потенційних конкурентів можуть бути вітчизняні компанії з підтримкою західних операторів або ж самостійні західні оператори. Проте на ринку вже заповнені всі можливі ніші, що робить неможливим вихід конкурентів на ринок з новою пропозицією. Важливим є те, що вітчизняні компанії мають постійних постачальників, які забезпечують вчасне виконання замовлень.

**ЛІТЕРАТУРА**

1. Портер М.Е. Стратегія конкуренції. – К.: Основи, 1997. – 390 с.
2. Нерухомість: незалежний український портал [Електронний ресурс] // Режим доступу до ресурсу: <http://www.realt.ua>
3. BIZPRO Ukraine [Електронний ресурс] // Режим доступу до ресурсу: <http://www.bizpro.org.ua>
4. Державний комітет статистики України: Урядовий портал [Електронний ресурс] // Режим доступу до ресурсу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
5. Центр маркетингових компетенцій [Електронний ресурс] // Режим доступу до ресурсу: <http://marketolog.biz>.

Надійшла 29.05.2009