

Анализ основных факторов конкурентоспособности строительных предприятий

© Л. Е. Петрова, О. В. Литвинова

Иркутский национальный исследовательский технический университет, г. Иркутск, Российская Федерация

Аннотация. В статье представлены результаты анализа факторов, которые влияют на конкурентоспособность строительных предприятий, рассматриваются их характеристики. Классификация и основное представление определяются с учетом отраслевых особенностей. Выявлены наиболее классические и часто используемые факторы. Доказано, что одним из решающих в работе организации в рамках конкурентоспособности является коллектив. Конкретизировано, что качество продукции в строительстве, как основополагающий показатель, влияет на эффективность и продажу объекта строительства. Для того чтобы внедрить инновационные продукты, повысить качество выпускаемой продукции необходимо, чтобы конкуренция развивалась. Параметры, которые затрагивают конкурентную среду в компаниях строительства, определяются и разными преимуществами у конкурентов. Указаны факторы внутренней среды. Рассмотрены вопросы методов оценки конкурентоспособности предприятия, разработки и реализации его конкурентной стратегии во взаимосвязи с конкурентоспособностью товара, отрасли, региона, страны. Вывод связан с их взаимозависимостью и эффективным использованием, что дает возможность обеспечивать положительный синергетический эффект в деятельности строительных компаний в направлении повышения конкурентоспособности.

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкурентный потенциал, строительная отрасль, тендерные торги, управленческие решения

Analysis of the main factors of construction enterprises competitiveness

© Lidia E. Petrova, Olga V. Litvinova

Irkutsk National Research Technical University, Irkutsk, Russian Federation

Abstract. The article presents the results of the analysis of factors that affect the competitiveness of construction enterprises and their characteristics, discusses the most classic and frequently used factors. One of the decisive factors in the work of the organization within the framework of competitiveness is the team. The quality of products in construction, as a fundamental indicator, affects the efficiency and sale of the construction object. In order to introduce innovative products, to improve the quality of products, it is necessary that competition develops. The parameters that affect the competitive environment in construction companies are also determined by the different advantages of competitors. The article indicates the factors of the internal environment and discusses the issues of methods for assessing the competitiveness of an enterprise, developing and implementing its competitive strategy, in conjunction with the competitiveness of a product, industry, region, country. The conclusion is related to their interdependence and effective use, which makes it possible to provide a positive synergistic effect in the activities of construction companies in the direction of increasing competitiveness.

Keywords: competitiveness, competitive potential, construction industry, tenders, management decisions

В условиях усиления конкурентной борьбы для каждого предприятия на первый план выходит задача сохранения и повышения собственной конкурентоспособности. Все большее их число ориентируется на достижение победы в конкуренции и добивается намеченных целей в результате постоянных усилий менеджмента в осуществлении эффективной конкурентной стратегии развития. В контексте мировых кризисных явлений проблема формирования устойчивой конкурентоспособности приобрела особую актуальность в силу

повышения изменчивости внешней среды и недостаточной научно-методической разработанности многих аспектов формирования и реализации конкурентных преимуществ предприятий. Проблема управления конкурентоспособностью предприятий актуальна и с практической точки зрения в силу далеко не полного владения руководством конкурентоспособности стратегий.

В целом конкурентоспособность – это способность определённого объекта или субъекта превзойти конкурентов в заданных

условиях. Конкурентоспособность также определяют как свойство субъекта, указывающее на его способность выдерживать конкуренцию с себе подобными, на его способность совершать конкурентные действия. На текущий момент конкуренция – это движущая сила, развивающая организации в такой сфере, например, как строительство, а проблема повышения конкуренции в ней – одна из важнейших. Практическое её отсутствие является главным фактором, который прекращает существование компаний, не соответствующих условиям рынка. Конкуренция же помогает предприятию продолжать работать и развиваться [2].

Отрасль строительства на текущий момент – крупнейшая в нашей стране. Она является составной частью экономики. В 2018 году заняла шестую строчку в структуре валового продукта в РФ и занимает большую часть добавленной стоимости, которая производится в стране. Вклады в экономику страны более 5 %, если переводить в деньги, это почти восемь с половиной триллионов рублей. На текущий момент в секторе строительства зарегистрировано около 200 000 компаний, из которых 97 % занимают малые, а также средние предприятия [1].

Результат строительного рынка меняется. Это зависит от некоторых характеристик:

1) строительство – фрагментарно. Предприятия очень зависят от изменений, которые происходят в экономике и высокой конкуренции;

2) отрасли строительства необходимы инвестиции, которые зависят от условий погоды, а также имеется необходимость долгосрочного планирования.

В связи с этим, продукт строительства – это дорогой и толстый продукт, который не может существовать до его покупки [3].

Классический фактор, который определяет насколько компания может существовать в конкурентной среде, имеется в научных источниках Томпсона, Стрикленда, Кревенса, а также Голубкова. Иные авторы используют положения данных работ, чтобы развивать их в некоторых областях строительства.

По данным исследования мы сумели выявить некоторые факторы, которые опреде-

ляют насколько компания конкурентна в условиях изменяющейся экономики:

1. Гибкая организационная структура, которая может быть построена с учетом порядка выполнения задач, ролей, обязанностей и подотчетности, создания условий для реализации организации, ее деятельности и достижения конкретных целей, быстро и с минимальными потерями для компании, с целью реагирования на изменения внешней среды.

2. Технические ресурсы, оборудование, обеспечивающие производство наиболее востребованных товаров, а также технологические ресурсы, современные технологии, используемые в производстве конкурентоспособных товаров, повышающие производительность труда и снижающие себестоимость продукции.

3. Маркетинг, постоянный мониторинг внешней среды и разработка политики в области конкуренции, продуктов и рекламных акций.

4. Финансовые средства, обеспечивающие перемещение массы товаров.

5. Источники информации, которые представляют собой набор данных и навыков, позволяющих построить систему корпоративного управления.

6. Конкурентная стратегия, позволяющая успешно достигать целей компании.

7. Предпринимательский персонал – весь персонал, занятый производственными или управленческими процессами и работающий с рабочими объектами с использованием рабочих инструментов [3].

Факторы и ресурсы на текущий момент применяются в литературе по экономике. Если рассматривать со стороны компании, экономика и ресурсы являются машинами, а также технологиями, финансами, информацией, персоналом и материалами. Однако, если рассматривать со стороны конкуренции предпринимателей – это факторы. Факторы конкурентоспособности относятся к факторам организации – стратегия, гибкая структура организации, система, развивающая стимул к работе, надзорный орган и так далее. В связи с этим данные факторы делятся на две группы – ресурсные и организационные (рис. 1).

Факторы конкурентоспособности предприятия									
Ресурсные					Организационные				
Природные	Технико-технологические	Финансовые	Информационные	Персонал	Стратегия	Адаптивная организационная структура	Организация производства	Организация труда	Организация управления

Рис. 1. Факторы конкурентоспособности предприятия

Необходимо заметить, что данные факторы увеличивают или снижают конкурентоспособность организации. Основным для факторов в работе компании является персонал, который несет ответственность за то, чтобы компания развивалась и была успешной. Стоит отметить, что качество продукции, а также затраты на её производство зависят от того, насколько компетентными являются работники, которые создают этот продукт. Мощности производства, а также технологии невозможно использовать без рабочей силы. Финансовыми ресурсами необходимо эффективно управлять, и данный фактор также зависит от того, насколько компетентен персонал. Инновации на текущий момент дают потенциал развития в компании. Создание, производство и внедрение может быть осуществимо только персоналом. Политика распределения, а также сеть продаж с уже существующей стратегией – это функция пер-

сонала организации. Также и то, как именно обслуживаются клиенты – это основная функция любой компании, так как от этого зависит её имидж в целом [3].

За каждым из факторов можно увидеть персонал организации, и это постоянно упускается из виду в работах ученых. То, как именно он влияет на работу организации, показано на рис. 2.

Аналитики дают возможность понять, какую роль играет персонал. С одной стороны, персонал – это ресурс организации. С другой, он является мотивом, который побуждает конкуренцию, иными словами, персонал – это решающий фактор в работе любой организации в рамках конкурентоспособности.

Все выводы, которые описаны выше, говорят о том, что конкурентоспособность имеет влияние на многие фактора, а работа в конкурентной среде зависима от того, насколько персонал конкурентоспособен.

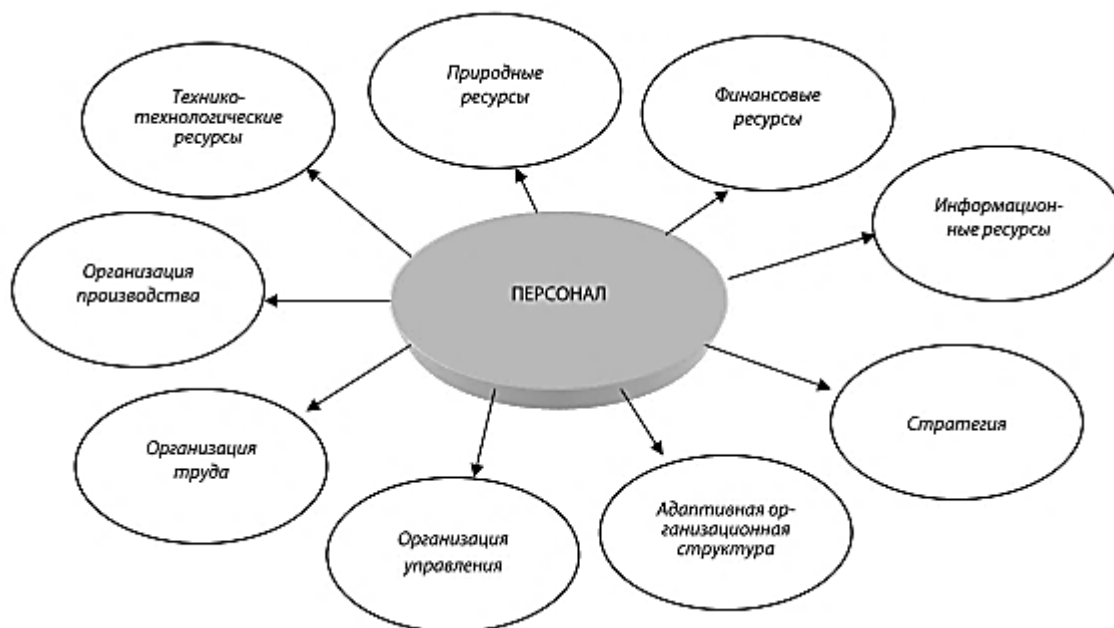


Рис. 2. Определяющая роль персонала в конкурентоспособности предприятия

Конкурентоспособность очень специфична. Она описывается несколькими характеристиками, которые присущи отрасли строительства:

1) потребитель не хочет чего-то нового, а также нужно поддерживать текущий продукт, а также услугу. Так как их потребление может существенно задержаться;

2) долгосрочное использование продукта или услуги приводит к тому, что интерес потребителя остаётся на старом продукте, а в новом необходимость отпадает;

3) контрактная часть рынка локализована, так как продукт на территории пользуется определенным спросом, а также продукт зависит от социального и экономического развития субъекта;

4) важно также время производства продукта, так как производство и продажа занимает долгое время. В производство также включено огромное количество людей: инвесторы, проектировщики, разработчики и так далее. Они создают каждую из единиц продукции или услуги, в связи с этим деловые отношения строятся на риске;

5) круг потребителей достаточно узок, так как готовая продукция является дорогостоящей [4].

Выбор большей части покупателей падает на проекты, которые наименьшие по цене. Но среда, которая основана на том, чтобы выбрать наименьшую цену, не даёт возможности регулярного сотрудничества операторов с одинаковыми сторонами. В организации возможна реализация множества проектов, которые имеют успех, и имеют сотрудничество с клиентом. Однако этот факт не означает, что организация в будущем будет получать хорошие проекты. Возможно, кто-то сделает предложение меньшее по цене и клиент выберет иного подрядчика [5].

Факторы, которые влияют на конкурентные среды, очень отличны друг от друга. В связи с этим их необходимо поделить на несколько групп:

1) связаны с деятельностью компаний строительства;

2) связаны с тем, чтобы уже достигнутая работала, имела преимущества среди конкурентов на долгосрочный период;

3) связаны с созданием и продажей опре-

деленных стратегий, которые определяют развитие конкуренции [6].

Данное разделение является весьма условным в связи с тем, что эти факторы взаимосвязаны. Однако в целом мы рассчитываем на положительную динамику.

Если учитывать некоторую специфику, которая связана со строительством, производством и несколькими факторами, которые связаны с конкуренцией отрасли строительства, то можно выделить другие факторы:

1. Динамика спроса на долгосрочный период. В долгосрочном периоде предприятие вправе менять свою внутреннюю среду и ресурсы.

2. Инновации в технике и науке, которые доступны для использования. На текущий момент создаётся множество строительных материалов, технологий и ресурсов, которые улучшают процесс строительства. Помощь в инвестиции инноваций даст гарантии для повышения производительности продукции, которая связана со строительством. Также инновации помогут в принципе существенно сократить срок строительства. Инновации в рекламе. Предприятие рекламирует продукцию, пользуясь новыми методами рекламы. Это повысит заинтересованность у потребителей [7].

3. Динамика лидерства. Она говорит о том, что в большие организации вступает конкуренция.

4. Распространение результатов. Снижение барьеров для входа в производство путем знания у потребителей и поставщиков о работах, которые связаны с инновациями.

5. Динамика эффективности. Когда появляется новая продукция или же технология, увеличенный объем производства продукции возможен в том случае, когда снижаются затраты на производство данной продукции [8].

6. Поддержка от государства. Государство влияет через институты, например, регулируя отношения рынка или изменяя политику государства.

7. Рост решимости. Данный фактор говорит о том, что риск, а также неопределенность, имеют динамику снижения [9].

Необходимо отметить, что параметры, которые затрагивают конкурентную среду в компаниях строительства, определяются

Таблица 1. Факторы конкурентного преимущества строительной продукции, влияющие на повышение конкурентоспособности строительной компании

Факторы конкурентного преимущества строительной продукции	Характер влияния фактора на конкурентоспособность строительных предприятий
Конкурентная система строительной организации и ее обоснованности	Необходимо, чтобы стратегия была ориентирована на повышение конкурентоспособности строительной продукции
Прогрессивный процесс технологии, оборудования и информационных технологий	Способствует повышению конкурентоспособности строительной продукции
Эффективность системы управления	Эффективное применение инструментов и методов инновационного менеджмента обеспечивает рост конкурентных преимуществ строительной продукции
Патентоспособность строительной продукции (новизна)	Способствует повышению конкурентоспособности строительной продукции

разными преимуществами у конкурентов. Организации, у которых имеются некоторые преимущества среди конкурентов и привлекают тем самым клиентов, увеличивают количество производимой продукции, и это хорошо сказывается на результатах предприятия в финансовой сфере. Затем увеличение преимуществ среди конкурентов – это главное в том, что компания будет эффективно среди других работать на рынке строительства.

В табл. 1 мы можем рассмотреть примеры факторов, которые влияют на уровень конкуренции [10].

Конкуренция и материалы строительства должны развиваться, так как это даёт возможность внедрить инновационные продукты, повысить качество уже выпускаемых, практически убрать проблемы в торговле, которые связаны с техническим аспектом, обезопасить жизнь и здоровье людей, а также сохранить окружающую среду.

Качество продукции в строительстве – это основополагающий фактор, который влияет на эффективность и продажу объекта строительства. Также он гарантирует то, что данный объект будет надежным.

Чтобы показатели отрасли строительства оставались на высоте, нужно улучшать процедуры создания продукции, улучшая её качества.

Данные факторы говорят о том, что конкурентные преимущества будут сохранены для любой организации, позволяя улучшить качество производимой продукции или услуги, при этом не поднимая её в цене. Эти два

фактора гарантируют то, что организация займет своё место на строительном рынке.

Произведя анализ информации, которая описана выше, можно сделать вывод, что конкурентоспособность помогает организации раскрыть свой потенциал на уровне регионов.

Конкурентоспособность строительной компании может складываться из следующих факторов:

- 1) потенциал, который связан с наукой и технологиями;
- 2) насколько качественно выполняется работа строительства, а также предоставляемые услуги;
- 3) эффективные инструменты, которые используются в рекламе и продвижении продукта или услуги;
- 4) потенциал кадров;
- 5) потенциал, который связан с финансами и экономикой в целом;
- 6) на каком уровне находится обеспечение материалами и технологией.

Данные факторы основаны на следующих характеристиках:

1. Производство является долгосрочным;
2. Капиталоемкость является высокой;
3. Требования к качеству производимой продукции завышены;
4. Строительные изделия являются стационарными на протяжении всегда периода строительства [10].

В конце можно сделать вывод о том, что имеется множество факторов, которые влияют в целом на организацию, а также на конкурентоспособность той или иной организации.

Список источников

1. Лысенко Е. Н. Особенности выявления конкурентных преимуществ строительных предприятий в современных условиях // Актуальные проблемы лесного комплекса. 2015. № 10. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-vyyavleniya-konkurentnyh-preimuschestvstroitelnyh-predpriyatij-v-sovremennyh-usloviyah> (07.04.2021).
2. Селютина Л. Г. Значение информационного моделирования строительных процессов и объектов проектирования в современных условиях // Сборники конференций НИЦ Социосфера. Петербург: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2016. № 1. С. 10.
3. Бешелев С. Д., Гурвич Ф. Г. Математико-статистические методы экспертных оценок. М.: Статистика, 1980.
4. Нурымбетов Р. И. Факторы конкурентоспособности в условиях рынка // Международный журнал экспериментального образования. 2015. № 8–3. С. 343–347. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.expeducation.ru/ru/article/view?id=8137> (11.04.2021).
5. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. Серия «Высшее образование». М.: ИНФРА-М, 2008. 312 с.
6. Абдразаков Р. И., Буткова Д. А., Петрулев Д. С., Тимофеева А. Ю. Факторы, влияющие на конкурентоспособность строительной продукции // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2017. № 3 (97). [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/factory-vliyauschie-na-konkurentosposobnoststroitelnoy-produktsii> (05.04.2021).
7. Демченко А. А. Измерение конкурентоспособности предприятий отрасли: теория и методы измерения. Курск: Курский государственный технический университет, 2018. 168 с.
8. Селютина Л. Г., Митягина Н. В. Особенности инновационно-инвестиционных процессов в современном строительстве // Проблемы экономики и управления строительством в условиях экологически ориентированного развития: материалы Всероссийской научно-практической онлайн-конференции с международным участием и элементами научной школы для молодежи. Иркутск, 2015. С. 319–323.
9. Данилова В. Ю. Факторы, влияющие на конкурентоспособность строительной организации // Молодой ученый. 2018. № 47. С. 230–233. [Электронный ресурс]. URL: <https://moluch.ru/archive/233/54136/> (11.04.2021).
10. Чистов Л. М. Эффективное управление социально-экономическими системами. Теория и практика. СПб.: Петрополис, 1998.

Информация об авторах / Information about the Authors

Лидия Евгеньевна Петрова,
магистрант, группа УСТМ-19-1,
Иркутский национальный исследовательский
технический университет,
664074, г. Иркутск, ул. Лермонтова, 83,
Российская Федерация,
le.petrova97@gmail.com

Ольга Владимировна Литвинова,
кандидат экономических наук, доцент кафедры
экспертизы и управления недвижимостью,
Иркутский национальный исследовательский
технический университет
664074, г. Иркутск, ул. Лермонтова, 83,
Российская Федерация,
olga.66.08@inbox.ru

Lidia E. Petrova,
Undergraduate,
Irkutsk National Research Technical University,
83 Lermontov St., Irkutsk, 664074,
Russian Federation,
le.petrova97@gmail.com

Olga V. Litvinova,
Cand. Sci. (Economics), Associate Professor of Expertise
and Real Estate Management Department,
Irkutsk National Research Technical University,
83 Lermontov St., Irkutsk, 664074,
Russian Federation,
olga.66.08@inbox.ru