

Хищенко Алеся Владимировна

магистрант

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»

г. Краснодар, Краснодарский край

ФАКТОРЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ

Аннотация: в статье рассмотрены проблемы обеспечения конкурентоспособности предприятий строительной отрасли. Факторы, определяющие конкурентоспособность, были выделены и систематизированы.

Ключевые слова: конкурентоспособность, факторы обеспечения конкурентоспособности, устойчивость развития.

Реализация государственных заказов на выполнение подрядных работ осуществляется на конкурсной основе. Для предприятий конкуренция является силой, движущей их к развитию. К особенностям строительной отрасли можно отнести характер ее конечной продукции, специфические условия труда, применяемую технику, технологии, организацию производства, управление и материально-техническое обеспечение производства.

Особенности функционирования строительных предприятий:

- 1) изменчивость, временный характер, неодинаковость строительного производства и характера конечной продукции;
- 2) строительный процесс состоит из технологически взаимосвязанных операций;
- 3) трудность в расчете численного и профессионально квалификационного состава рабочих ввиду того, что в течение продолжительности строительства изменяется сложность и виды строительного-монтажных работ;
- 4) различные организации принимают участие в производстве конечной строительной продукции, большое количество производственных связей;
- 5) климат и местные условия также играют большую роль;
- 6) цена на каждый строящийся объект формируется индивидуально;

7) расчеты за строительную продукцию ведутся за условно готовую продукцию (выполнение частей, этапов или видов работ) [3; 5].

Для исследования факторов повышения конкурентоспособности предприятий строительной отрасли были взяты за основу следующие принципы:

- иерархичности – системы факторов, образующие подсистемы, которые в свою очередь, образуют всю систему конкурентоспособности;
- целостности – конкурентоспособность и факторы, определяющие её, неразделимы;
- взаимосвязи – основой формирования конкурентоспособности является взаимодействие предприятия со внешней средой;
- структурированности – анализ составляющих факторов поможет установить конкурентоспособность.

На уровень конкурентоспособности предприятия напрямую влияет её функционирование во внешней среде. Данный фактор мы выделяем как наиболее важный. Существует три уровня воздействия условий внешней среды:

1. Макро. Сюда можно отнести экономическую политику государства (развитие финансовой, налоговой системы, таможенное регулирование, кредитная политика, государственное страхование, развитие хозяйствующих субъектов, система государственной стандартизации и сертификации, юридическая защита отечественных производителей), нормативно-правовую базу (предприятия на рынке функционируют, согласно её условиям), социально-политическую обстановку в обществе (степень стабильности политической жизни общества, различных слоев населения). Чем выше уровень этих факторов, тем больше инвестиционная привлекательность территории.

Примером можно выделить проектное финансирование жилищного строительства (Федеральный закон от 30 декабря 2004 г. №214-ФЗ «Об участии в долевом строительстве многоквартирных домов и иных объектов недвижимости и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации»). Банк обеспечивает затраты застройщика в размере до 85% от бюджета проекта. Сумма кредита определяется после оценки финансовой модели проекта

и зависит от схемы финансирования. Срок финансирования до 5 лет (7 лет – комплексная застройка).

2. Мезо. Экономический потенциал региона размещения предприятия, климат, природа, демография, состояние потребительского рынка. Уровень воздействия этих факторов в различных регионах отличается. Причиной являются специфика самого региона и его отраслевые особенности. Таким образом, можно говорить об особенностях региона, его пригодности для развития определенных отраслей и главных конкурентных преимуществах, создавая условия для их реализации.

3. Микро. Состояние отрасли, а именно производственных фондов предприятий (обновление, модернизация оборудования), политика производителей, уровень финансовой устойчивости и факторы потребительского спроса на жильё [6].

По всем направлениям деятельности завоевать конкурентное преимущество невозможно, но у предприятия должно быть выработано конкурентное поведение на каждом этапе функционирования. Даже лидерство в одной или двух позициях принесет конкурентное преимущество на рынке.

Существенное влияние также оказывают экономические циклы, поскольку разные этапы цикла несут в себе изменения характера конкурентной борьбы, механизма функционирования рынка, перераспределение долей рынка между предприятиями. Кризис мировой экономики обостряет конкуренцию, предприятия с финансовыми проблемами банкротятся. Позиция предприятия на рынке в большей степени зависит от того насколько эффективно ведется управление финансовой устойчивостью и рисками, которые с ней связаны. Показателями, определяющими конкурентоспособность, являются платежеспособность, ликвидность, оборачиваемость капитала [1].

Для того, чтобы предприятие не потеряло свои конкурентные позиции необходима эффективная конкурентная стратегия, правильная оценка отраслевого рынка и квалифицированный управленческий персонал, быстрая реакция на изменения во внешней среде, инновации и т. д.

Для долгосрочного конкурентного преимущества необходимо внедрение на рынок новых товаров и услуг. Наибольшей конкурентоспособностью обладают предприятия, пользующиеся инновационными знаниями и достижениями науки, с высоким инновационным потенциалом. Собственные научные разработки также повышают уровень конкурентоспособности предприятия. Существенную роль в современной экономике играет обладание информацией. Этот ресурс необходим для нормального функционирования предприятий. Для улучшения информационного обеспечения следует применять новые технологии. Это, в свою очередь, усовершенствует управленческую, производственную и организационную деятельность [3].

Маркетинговая политика при эффективном ведении позволит выйти на новые рынки, привлечь большое количество клиентов. Существует большой спектр маркетинговых инструментов, позволяющих завоевать лояльность потребителей и вызвать их предпочтение.

Методики менеджмента, которые включают приемы аутсорсинга, сбалансированной системы показателей, реинжиниринга, контролинга, бизнес-проектов, являются еще одним важным фактором повышения конкурентоспособности предприятия.

Для обеспечения конкурентоспособности предприятия строительной отрасли необходимо:

1. Установление целевой ориентации предприятия.
2. Определение факторов, влияющих на конкурентоспособность.
3. Распределение целей предприятия по группам: стратегические, тактические, оперативные.
4. Разработка информационной системы взаимодействия отдельных структур предприятия.

Все принимаемые управленческие решения должны оцениваться с точки зрения того, как они могут повлиять на конкурентоспособность предприятия. Необходимо определить основные направления стратегии деятельности предприятия (маркетинговые, инвестиционные, организационные и другие).

Выделяют два подхода к формированию конкурентной стратегии – ресурсный и рыночный [2]. Рыночный подход в направленности функционирования предприятия на рынок сбыта с помощью стандартной стратегии (лидерства, диверсификации или узкой ориентации).

Таблица 1

Цели и методы стратегий [7]

Цели и методы	Стратегия лидерства по издержкам	Стратегия дифференциации	Стратегия узкой концентрации
Основная цель	Еще большая доля рынка	Значительная доля рынка	Узкий сегмент рынка
Основа конкурентного преимущества	Уровень затрат ниже, чем у конкурентов	Товары, отличные от товаров конкурентов	Низкие издержки, уникальные товары для определенных потребителей
Ассортимент товаров	Качественный основной продукт, небольшое количество модификаций	Большой ассортимент, широкий выбор для потребителей	Уникальные товары для выбранного сегмента рынка
Принципы организации производства	Постоянное снижение издержек без снижения качества товаров	Поиск новых возможностей удовлетворения потребителей	Особые товары, для специальных запросов потребителей
Принципы организации маркетинга	Обеспечение постоянного спроса, низкие издержки, высокое качество	Постоянная модификация товаров, наделение новыми свойствами за счет потребителя	Акцент на уникальность товаров и их производителя, для особых запросов потребителя
Методы поддержания стратегии	Сохранение оптимального баланса между ценой и качеством товара, а также низкого уровня затрат	Реклама достоинств, новые технологии, укрепление имиджа производителя за счет постоянного улучшения свойств товара	Высокий имидж предприятия, устойчивый рынок сбыта, освоение новых типов производимых товаров

Сторонники этого подхода считают, что конкурентная позиция предприятия зависит от того, на сколько привлекателен рынок и какую долю в нем занимает предприятие.

Стратегия, осуществляемая предприятием, определяет направления развития и формирования его конкурентных преимуществ. После выбора стратегии образуются стимулы, которые определяют отличия предприятия от конкурентов.

Стимулы обуславливаются масштабами предприятия, опытом и знаниями, временем для инвестирования и т. д.

Второй подход – ресурсный, заключается в эффективности управлением ресурсами и их количеством. Конкурентные преимущества здесь в способности анализировать факторы (управленческие, организационные, социальные) и принимать стратегические решения. При разработке стратегии на базе ресурсного подхода производится анализ ресурсов и возможностей предприятия, осуществляется их точный выбор. Таким образом ресурсы используются более результативно, чем у конкурентов.

Существует также стоимостной подход. Конкурентоспособность подрядного строительного предприятия как реальная и потенциальная возможность в существующих для него условиях оказывать услуги по строительству объектов, которые по ценовым и неценовым характеристикам (качество, сроки, производство работ) более привлекательны для заказчика, чем услуги его конкурентов, определяется в исследованиях Н.А. Половниковой [4].

Если строительная организация функционирует успешно, то создает стоимость для собственников, поставщиков, потребителей, сотрудников, государства, инвесторов. Конкурентоспособной с позиции стоимостного подхода является строительная организация, которая более успешно, чем конкуренты, реализует свое ценовое преимущество и выполняет государственный заказ. При этом более эффективно управляет ресурсами, удовлетворяя потребности заинтересованных в её деятельности сторон.

Подводя итог, можно отметить, что для эффективного функционирования строительное предприятие должно ориентироваться на рассмотренные факторы и условия конкурентоспособности. Отталкиваясь от них, необходимо выбрать подход в направленности функционирования предприятия (стратегию и её направления), учитывающей особенности предприятия.

Список литературы

1. Кузовлева И.А. Разработка модели повышения конкурентоспособности предприятий инвестиционно-строительного комплекса на основе формирования

и развития инновационного партнёрства / И.А. Кузовлева, Д.С. Марченко // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2012. – №9-10. – С. 85–92.

2. Лукашов А.А. Конкурентоспособность строительной организации в современных условиях / А.А. Лукашов // Colloquium-journal. – 2017. – №3 (3). – С. 15–16.

3. Мамаев М.И. Формирование системной конкурентоспособности строительного предприятия на основе устойчивых конкурентных преимуществ в условиях экономической цикличности / М.И. Мамаев // Известия Иркутской государственной экономической академии (Байкальский государственный университет экономики и права). – 2014. – №1. – С. 16.

4. Половникова Н.А. Формирование механизмов повышения конкурентоспособности подрядного строительного предприятия: автореф. дис. ... канд. экон. наук / Н.А. Половникова. – СПб., 2003. – 18 с.

5. Расулев А.Ф. Повышение уровня инновационного потенциала предприятий строительной отрасли / А.Ф. Расулев, Е.Ю. Горбачевская, Л.Г. Никитюк [и др.] // Известия вузов. Серия: Инвестиции. Строительство. Недвижимость. – 2019. – Т. 9, №2 (29). – С. 260–273.

6. Хавин Д.В. Экономические аспекты конкурентоспособности предприятий строительной отрасли с учётом инновационного потенциала / Д.В. Хавин, С.В. Горбунов, П.Р. Беккер // Инновации и инвестиции. – 2019. – №7. – С. 265–269.

7. Шепелев А.В. Основные факторы обеспечения конкурентоспособности предприятий строительной отрасли / А.В. Шепелев, С.И. Ашмарина // Вестник Самарского государственного университета. – 2010. – №7 (81). – С. 100–105.