

УДК 339.1

Л. И. Чернышова

ФГБОУ ВО «Уральский государственный университет путей сообщения»,
Екатеринбург, e-mail: LChernishova@usurt.ru

ОЦЕНКА И ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Ключевые слова: строительная организация, конкуренция, конкурентоспособность, оценка, эффект, строительство.

Вопрос конкурентоспособности является актуальным для многих предприятий строительной сферы, поскольку, обладая устойчивыми конкурентными преимуществами, умело используя имеющийся потенциал, организация будет успешной на рынке. В настоящее время в России действует большое количество строительных предприятий и, по прогнозам специалистов, в последующие годы строительный рынок будет иметь тенденции к увеличению. Соответственно на рынке будет наблюдаться конкуренция между различными организациями и их продукцией (работой). Поэтому для строительных организаций очень важно проводить оценку своих конкурентных преимуществ, своевременно обращать внимание на недостатки в деятельности организации, адекватно и своевременно реагировать на изменение факторов внутренней и внешней среды предприятия. В статье рассматривается сущность категорий «конкуренция» и «конкурентоспособность», представлены методы оценки конкурентоспособности строительной организации. На основании данных одной из организаций Свердловской области, осуществляющих ремонтно-строительные работы, проведена оценка ее конкурентоспособности методом SWOT-анализа и анализа пяти сил конкуренции М. Портера. В результате оценки были выявлены преимущества и недостатки в деятельности организации, а также предложены возможные направления повышения эффективности ее деятельности для обеспечения конкурентоспособности на строительном рынке.

L. I. Chernyshova

Ural State University of Railway Transport, Yekaterinburg, e-mail: Lida_chern@mail.ru

ASSESSMENT AND WAYS TO INCREASE THE COMPETITIVENESS OF A CONSTRUCTION ORGANIZATION

Keywords: construction organization, competition, competitiveness, assessment, effect, construction.

The issue of competitiveness is relevant for many enterprises in the construction industry, since, having sustainable competitive advantages and skillfully using the existing potential, the organization will be successful in the market. Currently, there are a large number of construction enterprises operating in Russia and, according to experts, in subsequent years the construction market will tend to increase. Accordingly, there will be competition in the market between various organizations and their products (work). Therefore, it is very important for construction organizations to assess their competitive advantages, promptly pay attention to shortcomings in the organization's activities, and adequately and timely respond to changes in factors in the internal and external environment of the enterprise. The article examines the essence of the categories «competition» and «competitiveness» and presents methods for assessing the competitiveness of a construction organization. Based on data from one of the organizations in the Sverdlovsk region carrying out repair and construction work, an assessment of its competitiveness was carried out using the method of SWOT analysis and analysis of M. Porter's five forces of competition. As a result of the assessment, advantages and disadvantages in the organization's activities were identified, and possible directions for increasing the efficiency of its activities were proposed to ensure competitiveness in the construction market.

Введение

Целью любой коммерческой организации в современных условиях развития экономики является обеспечение конкурентоспособности своей продукции или услуг, поскольку от этого напрямую зависит ее финансовое благосостояние. Как показывает практика, этой цели достигают организации с более

высоким конкурентным потенциалом, поэтому исследуемая проблематика является актуальной. Для строительных организаций очень важно проводить оценку своих конкурентных преимуществ, знать слабые стороны, мешающие развитию, адекватно и своевременно реагировать на изменение факторов внутренней и внешней среды предприятия.

Цель исследования заключается в изучении сущности конкурентоспособности строительной организации и методов ее оценки для дальнейшего выявления возможностей повышения конкурентоспособности.

Материалы и методы исследования

Теоретической базой для проведения исследования послужил анализ и обобщение методологических основ обеспечения конкурентоспособности организации. Практической основой исследования стали данные строительной организации, осуществляющей свою деятельность в г. Екатеринбурге, а также информация и прогнозы развития строительной отрасли из средств массовой информации и официальных источников.

Результаты исследования и их обсуждение

Конкуренция, согласно традиционным представлениям, является ключевым элементом функционирования рыночной экономики. Она существует только при наличии большого числа производителей одной и той же продукции, чьи доли на рынке являются незначительными, и ни один производитель не в состоянии повлиять на цену через изменение объема продаж.

Анализ трудов российских и зарубежных авторов в определении конкуренции, позволил выявить общие взгляды в трактовке данного понятия, а именно в том, что конкуренция представляет собой экономический процесс, который происходит между фирмами на рынке сбыта.

Конкурентоспособность, которая обеспечивает победу на рынке, является синонимом успеха экономического субъекта и его способности достигать благоприятных результатов [1]. И.Н. Маврина и А.Г. Мокроносова дают следующее определение конкурентоспособности предприятия: «Относительная характеристика, которая отражает отличия развития данной организации от развития организаций-конкурентов по степени удовлетворения своими товарами потребностей людей и по эффективности производственной деятельности» [2].

Строительная отрасль играет ключевое значение в развитии инфраструктуры страны, способствует снижению уровня безработицы в регионах, росту качества жизни, решению социальных задач, обеспечивая 14% валового продукта страны.

В настоящее время наблюдается рост в ключевых областях строительства. Так, например, в 2023 году рынок стройматериалов в стране вырос на 2,6%, а строительный сектор – на 8%, в области промышленности рост количества новых проектов составил 34%, в сфере энергетики – 66%, логистики – 39%, сегмент жилого строительства вырос на 12%, в частности, более 110 млн м² жилья было введено в России в 2023 г. [3].

В отрасли действует большое количество организаций, которые конкурируют между собой за рынки сбыта, клиентов и т.д. Соответственно, строительные организации и их продукция будут более привлекательными для клиентов в том случае, если они обладают рядом преимуществ, например, более выгодной ценой, высоким качеством, уровнем квалификации персонала и т.д.

К методам оценки уровня конкурентоспособности организации можно отнести матричные методы (матрица БКГ, МакКинси, Портера и т.д.), рейтинговую оценку, расчет доли рынка, нормы потребительской стоимости, SWOT- и STEP-анализ и др. [1,2,4-6]. Использование данных инструментов для анализа и оценки конкурентоспособности позволяет выявить факторы в деятельности организации, какие препятствуют или способствуют обеспечению устойчивых позиций на строительном рынке.

Так, например, SWOT-анализ позволяет оценить сильные и слабые стороны организации (внутренняя среда), а также возможности и угрозы (внешняя среда), что, в свою очередь, позволяет выбрать направления развития организации, устранять недостатки в деятельности организации, которые могут ослабить положение предприятия на рынке и избежать опасностей и рисков.

Организация N, действующая на территории Свердловской области, оказывает следующие виды ремонтно-строительных работ и услуг: устройство фасадов и кровли, отделочные работы, вентиляция и кондиционирование, электромонтажные и сантехнические работы, благоустройство территории. По большинству видов работ выполняется полный цикл: проектирование, монтаж, пусконаладочные работы и последующее техническое обслуживание. Оценка и направления повышения конкурентоспособности строительной организации N методом SWOT-анализа представлены в табл. 1.

Таблица 1

SWOT-анализа деятельности строительной организации

Фактор	Сильные стороны (S)	Слабые стороны (W)
	Широкий спектр работ и услуг; учет сезонных потребностей клиентов; квалифицированный персонал; наличие бонусной программы при оплате стоимости; большая часть техники находится в собственности организации; выполнение работ «под ключ»	Слабая рекламная деятельность; недостаточное внимание к обновлению официального сайта организации; низкий уровень известности, текучесть кадров (сезонных работников)
Возможности (O)	SO	WO
Увеличение «среднего чека»; использование современных технологий строительства; ухудшение положения конкурентов; возможность выполнения работы за пределами города	1) Внедрение новых услуг с использованием передового оборудования и новых технологий; 2) Увеличение географии присутствия в других регионах; 3) Концентрация на крупных объектах, повышение контроля и качества проведения работ за счет снижения количества «мелких объектов»	1) Совершенствование рекламной деятельности для привлечения новых клиентов из других регионов; 2) Формирование отдела маркетинга, использование других каналов рекламы. 3) Формирование постоянной команды для выполнения работ на крупных объектах (в течение длительного периода времени)
Угрозы (T)	ST	WT
Появление в сегменте новых фирм-конкурентов; снижение спроса на услуги в разные сезоны; неблагоприятная экономическая ситуация; повышение стоимости арендуемого оборудования;	1) Наличие широкого спектра работ позволит получить преимущества перед конкурентами, быстро переориентироваться с учетом изменения спроса; 2) Создание акций и выгодных предложений для клиентов позволит сохранить объемы работ; 3) Использование в работе собственного оборудования нивелирует рост цен на аренду оборудования	1) Изменение рекламной политики позволит повлиять на сезонные колебания спроса, привлечет новых клиентов; 2) Наличие в штате постоянных сотрудников сократит затраты на найм и адаптацию персонала, что сократит стоимость услуг и даже в случае роста затрат на материалы, позволит снизить себестоимость; 3) Развитие бренда, чтобы привлечь клиентов

Таблица 2

Сводный результат анализа конкурентоспособности по М. Портеру

Сила \ Оценка	Выраженность риска	Степень влияния	Возможность решения	Итоговый рейтинг
Угроза вторжения новых игроков	8	6	5	9
Власть покупателей	8	7	5	10
Власть поставщиков	4	7	7	4
Появление товаров-заменителей	7	7	6	8
Внутриотраслевая конкуренция	8	9	4	13

Методика SWOT-анализа является универсальной и может быть использована на начальном этапе оценки, когда руководство предприятия хочет понять основные проблемы, устранить возможные угрозы и с учетом этого скорректировать стратегию бизнеса, однако, ее недостаточно, чтобы полностью определить уровень конкурентоспособности. Для получения более полной картины необходимо использовать несколько методов, что позволит всесторонне

проанализировать деятельность компании и разработать более четкие рекомендации и план ее дальнейшего развития.

Другим инструментом, какой может быть использован для оценки конкурентоспособности строительной организации, может быть модель анализа пяти сил конкуренции М. Портера. Результат оценки представлен в табл. 2.

Как видно из таблицы, наибольшее влияние на организацию будут оказывать такие

факторы, как угроза вторжения новых игроков, покупатели и наличие сильной внутриотраслевой конкуренции.

В Свердловской области в среднем насчитывается более 590 компаний, в т.ч. в г. Екатеринбург – более 470 компаний, какие предлагают аналогичные виды работ и услуг, соответственно, на рынке ярко выражена конкурентная борьба за потребителей, которые имеют возможность выбирать аналогичные виды работ и услуг из большого числа предложений. Кроме того, велика угроза появления на рынке новых игроков, которые могут обладать новыми технологиями, более экологичным сырьем и т.д. Возможность появления новых конкурентов должна «стимулировать» организацию на повышение эффективности деятельности в целях сохранения и укрепления рыночных позиций.

Фактор влияния покупателей можно рассматривать как самый нестабильный фактор, поскольку сложно предугадать спрос клиентов в будущем. Данный фактор имеет высокое значение, поэтому организации не-

обходимо сохранить интерес потребителя к ее продукции, чтобы обеспечить стабильность работы.

Стоит отметить, что для более полной оценки конкурентоспособности строительной организации необходимо проводить дополнительно оценку по финансовым показателям, организационно-техническим показателям, показателям конкурентоспособности продукции и управленческим показателям [1,7]. Далее по результатам проведенной оценки разрабатываются мероприятия, направленные на повышение конкурентоспособности организации.

Заключение

Предприятия строительства, для успешного существования в отрасли, должны уметь оценивать свое положение, а также прогнозировать варианты развития, уметь адаптироваться к изменяющимся условиям на рынке для поддержания равновесия в изменчивой среде, что обеспечит им эффективное функционирование и дальнейшее развитие.

Библиографический список

1. Виноградова Т.Г. Конкурентоспособность: методы и оценка // Известия СПбГАУ. 2019. № 43. С. 84-86.
2. Мокронос А.Г., Маврина И.Н. Конкуренция и конкурентоспособность. Екатеринбург: Изд-во Урал ун-та, 2014. 194 с.
3. Войлов Е.П. Перспективы развития строительной отрасли в 2024 г: прогноз // Известия. 2022. № 52. URL: <https://iz.ru/1669761/2024-03-22/ekspert-sprognoziroval-rost-chisla-stroitelnykh-proektov-v-rossii> (дата обращения: 07.06.2024).
4. Лухманова Н.А. Методы оценки конкурентоспособности транспортных услуг // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. 2009. № 90. С. 217-221.
5. Болодурина В.А. Методы оценки конкурентоспособности предприятия // Международный научно-исследовательский журнал. 2015. № 11(42). URL: <https://research-journal.org/archive/11-42-2015-december/metody-ocenki-konkurentosposobnosti-predpriyatiya> (дата обращения: 07.06.2024).
6. Кривенок Д.А., Чернышова Л.И. Анализ конкурентоспособности организации здравоохранения // Финансовый бизнес. 2024. Т. 4, № 1(247). С. 93-97.
7. Чернышова И.Г., Быковская М.В. Оценка конкурентоспособности строительной организации // Путеводитель предпринимателя. 2019. № 43. С. 149-159.