

## ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ

В статье рассмотрены проблемы обеспечения конкурентоспособности предприятий промышленности строительных материалов. Выделены и систематизированы факторы, определяющие конкурентоспособность предприятий в долгосрочной перспективе.

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

Исследование факторов повышения конкурентоспособности предприятий строительной отрасли проводилось на основе следующих принципов: иерархичности – система конкурентоспособности включает в себя подсистемы образующих ее факторов, которые сами являются системами; целостности – неотделимость конкурентоспособности и определяющих ее факторов; взаимосвязи – формирование конкурентоспособности на основе взаимодействия предприятия во внешней среде; структурированности – установление конкурентоспособности путем анализа составляющих ее факторов.

Уровень конкурентоспособности предприятия напрямую зависит от условий функционирования во внешней среде. Поэтому данный фактор мы выдвигаем на первый план. Условия внешней среды подразделяются на три уровня воздействия на конкурентоспособность предприятия (табл.1).

Таблица 1

Уровни воздействия на конкурентоспособность предприятия

Уровень	Определяющие факторы
1. Макро	Экономическая политика государства Нормативно-правовая база, определяющая условия функционирования предприятий на рынке Социально-политическая обстановка в обществе
2. Мезо	Природно-климатические условия региона Демографическая ситуация Экономический потенциал региона Состояние потребительского рынка
3. Микро	Состояние производственных фондов предприятий в отрасли Уровень финансовой устойчивости в отрасли Факторы потребительского спроса Товарная и маркетинговая политика производителей

\* © Шепелев А.В., Ашмарина С.И., 2010

Шепелев Артем Владимирович, Ашмарина Светлана Игоревна (kafedra.finans@mail.ru), кафедра финансового менеджмента Самарского государственного университета, 443011, Россия, г. Самара, ул. Акад. Павлова, 1.

Основными факторами воздействия на конкурентоспособность предприятия на макроуровне являются следующие: экономическая политика государства, включающая основные направления – развитие финансовой системы, таможенное регулирование, кредитная политика, налоговая система, государственное страхование; формирование нормативно-правовой базы, обеспечивающей эффективное развитие хозяйствующих субъектов, создание системы государственной стандартизации и сертификации, юридическая защита отечественных производителей; социально-политическая ситуация включает степень стабильности производственной жизни общества, условия социальной устойчивости различных слоев населения. Высокий уровень этих факторов позволяет увеличить инвестиционную привлекательность территории, укрепить экономические связи между хозяйствующими субъектами.

Главными факторами мезоуровня мы считаем региональные природно-климатические, экономические, демографические и рыночные условия функционирования предприятий. Все эти факторы тесно взаимосвязаны, однако уровень их воздействия в различных регионах отличается. Причиной такой ситуации являются специфика самого региона, а также отраслевые особенности. Взаимодействие между факторами мезоуровня изменяется в зависимости от степени развития инновационной сферы в данном регионе или отрасли. Таким образом, на повышение уровня конкурентоспособности предприятий влияет комплекс специфических для данного региона условий, который в других областях может вызывать противоположную реакцию. В данном случае можно говорить об особенностях региона, пригодности его для развития определенных отраслей промышленности. При этом необходимо установить главные конкурентные преимущества региона и создать условия для их реализации.

Внутренними факторами, определяющими конкурентоспособность предприятий и формирующими микроуровень, являются в области производства: обеспеченность основными фондами, темпы обновления и модернизации оборудования, среднеотраслевой показатель производительности труда, качество выпускаемых товаров, состояние управляющих и контролирующих систем, уровень использования производственных мощностей, уровень производственных издержек, среднеотраслевая рентабельность; в области финансовой устойчивости: ликвидность предприятий, деловая и инвестиционная активность, платежеспособность; в области товарной и маркетинговой политики: использование современных маркетинговых инструментов, деловая репутация производителей, качество обслуживания потребителей, сбалансированный ассортимент продукции, уровень расходов на научно-технические разработки.

На каждом этапе функционирования предприятия должно быть выработано определенное конкурентное поведение. Завоевать абсолютное конкурентное преимущество над всеми конкурентами по всем направлениям деятельности практически невозможно. Чаще всего бывает ситуация, когда предприятие лидирует по одной или двум позициям, однако это приносит ему неоспоримое конкурентное преимущество на отраслевом рынке.

Наибольшее значение для обеспечения конкурентоспособности предприятия в постоянно изменяющейся внешней среде, на наш взгляд, имеют лидерские качества руководящего звена. В мировой экономике немало примеров, когда благодаря таланту руководителя компания добивалась значительных успехов на рынке. К таким руководителям можно отнести Билла Гейтса (Microsoft), Майкла Делла (Dell), Стива Джобса (Apple), Карлоса Гона (Nissan) и многих других.

Экономические циклы также оказывают существенное влияние на конкурентоспособность предприятий, поскольку на различных этапах цикла изменяется характер конкурентной борьбы, механизм функционирования рынка, перераспределяются доли рынка между предприятиями. Во время кризиса мировой экономики конкуренция обостряется, предприятия, имеющие финансовые проблемы, становятся банкротами. Поэтому в настоящее время конкурентная позиция предприятия на рынке в большей

мере зависит от эффективности управления финансовой устойчивостью и рисками, которые с ней связаны. Определяющими показателями конкурентоспособности на данном этапе становятся платежеспособность, ликвидность и оборачиваемость капитала.

Предприятие может потерять свои конкурентные позиции из-за отсутствия эффективной конкурентной стратегии, неверной оценки отраслевого рынка и некачественного управленческого звена.

В то же время условиями для повышения конкурентоспособности предприятия в сложной экономической обстановке могут стать быстрая реакция на изменения во внешней среде, высокая приспособляемость предприятия, инновационный путь развития на основе технологического лидерства, повышения уровня человеческого капитала, высокого качества управления и производства.

Разработка и внедрение на рынок новых товаров и услуг позволят предприятию добиться долгосрочного конкурентного преимущества. Анализ рынка продемонстрировал, что наибольшей конкурентоспособностью обладают предприятия, имеющие возможность пользоваться инновационными знаниями и достижениями науки, располагающие высоким инновационным потенциалом во всех сферах функционирования, начиная от приобретения сырья и заканчивая обслуживанием потребителей. Ведение собственных научных разработок также способствует повышению уровня конкурентоспособности предприятия.

Существенную роль в обеспечении конкурентоспособности предприятий имеет информация. В современной экономике обладание информационными ресурсами стало необходимым условием нормального функционирования предприятий. Применение новых технологий в информационном обеспечении предприятия дает возможность усовершенствовать управленческую, организационную, производственную деятельность.

Эффективная маркетинговая политика позволяет завоевывать новые сегменты рынка, привлекать большее количество клиентов, что в итоге становится причиной повышения уровня конкурентоспособности предприятия. В современной экономике значительно расширился спектр применяемых маркетинговых инструментов, но общая тенденция заключается в завоевании лояльного отношения потребителей, стандартизации их предпочтений.

Новые методы и приемы управления, применяемые предприятиями, являются еще одним важным фактором повышения уровня конкурентоспособности. На современном этапе развития завоевание высокой конкурентной позиции чаще всего зависит не от наличия большого количества ресурсов, а от их качественного распределения и использования, то есть от эффективности управления. Применение усовершенствованных методик менеджмента, которые включают приемы аутсорсинга, сбалансированной системы показателей, реинжиниринга, контролинга, бизнес-проектов, значительно повышает возможности предприятия приобрести конкурентное преимущество на отраслевом рынке.

Проанализировав намеченные мероприятия по развитию строительной индустрии, предложенные Правительством РФ, полагаем, что для увеличения числа конкурентоспособных предприятий строительной отрасли необходимо:

- 1) повысить инвестиционную активность и привлекательность отрасли;
- 2) активно внедрять новые технологии в процесс производства и реализации строительных товаров;
- 3) развивать прикладные исследования в области создания инновационных материалов для строительства;
- 4) создавать благоприятные экономические условия для инновационной деятельности и венчурного инвестирования;
- 5) стимулировать использование усовершенствованных технологических процессов, позволяющих повысить экономичность расходования материалов и энергии;

6) нормализовать потребительский рынок и повысить эффективность его регулирования со стороны государства;

7) повысить меры ответственности за незаконное производство строительных материалов и незаконный ввоз таких товаров;

8) стимулировать развитие среднего бизнеса в строительной отрасли;

9) постоянно повышать уровень квалификации работающих в данной отрасли с целью формирования кадрового потенциала;

10) развивать кооперацию и концентрацию производства;

11) осуществлять страхование инвестиционных рисков;

12) совершенствовать процедуру проведения конкурсов на поставку продукции для государственных (муниципальных) нужд с целью привлечения наибольшего числа участников.

Для обеспечения конкурентоспособности предприятий строительной отрасли необходимо руководствоваться следующим алгоритмом действий:

1. Установить целевую ориентацию предприятия.

2. Определить основные факторы, влияющие на его конкурентоспособность.

3. Разбить все цели предприятия на три группы: стратегические, тактические и оперативные.

4. Разработать информационную систему взаимодействия отдельных структур предприятия с целью повышения уровня его конкурентоспособности.

Предприятиям следует оценивать все принимаемые управленческие решения с точки зрения влияния их на конкурентоспособность. При этом необходимо определить основные направления и сбалансировать все реализуемые на предприятии стратегии (маркетинговые, инвестиционные, организационные и другие). Кроме того, для обеспечения высокого уровня конкурентоспособности следует комплексно решать задачи оптимизации политики предприятия в сфере финансовой, производственной и реализационной деятельности. Большое значение имеет экономное и эффективное использование всех имеющихся на предприятии ресурсов.

Многие авторы определяют конкурентную стратегию предприятия как совокупность руководящих правил и приемов, направленных на достижение и поддержание конкурентоспособности внутри своей отрасли. В связи с этим можно сделать вывод, что предприятия, прежде всего, ориентированы на достижение конкурентных преимуществ, позволяющих им длительное время иметь устойчивое финансовое положение и завоевывать новые сегменты рынка. Таким образом, долгосрочный успех предприятия гарантируется владением устойчивым конкурентным преимуществом, продолжительность которого определяется способностью предприятия защищать его от воспроизведения конкурентами.

Нами была проведена классификация конкурентных преимуществ по некоторым признакам:

1. По степени принадлежности:

– низкая степень – доступность и другим субъектам рынка (дешевая рабочая сила, обновленная технология производства и т.д.);

– длительная – доступность предприятию на длительный период, но со временем возможно перетекание конкурентного преимущества к конкурентам (наличие уникальных товаров, высокой деловой репутации и т.д.);

– долговременная – сочетание высокого качества работы и крупных инвестиций на основе применения новейших технологий;

2. По степени использования:

– реальные – характеризуют имеющиеся конкурентные преимущества;

– потенциальные – возможны в будущем при достижении определенного уровня конкурентоспособности;

### 3. По степени проникновения:

- локальные – определяются работой предприятия в пределах одной отрасли;
- региональные – обусловлены преимуществами, которые предоставляет принадлежность предприятия к определенному государству;
- глобальные – определяются деятельностью предприятия на мировом рынке.

Для обеспечения устойчивого и длительного обладания конкурентным преимуществом предприятию необходимо задействовать весь механизм функционирования, начиная от низших уровней и заканчивая собственниками предприятия. Поэтому всю работу следует подчинить определенным принципам, включающим понимание руководящим звеном необходимости модернизации и усовершенствования деятельности, повышение числа источников конкурентного преимущества, применение системного подхода к завоеванию конкурентных преимуществ.

Специалисты выделяют два подхода к формированию конкурентной стратегии – ресурсный и рыночный.

Рыночный подход предполагает, что успех функционирования предприятия определяется его направленностью на рынок сбыта путем выбора стандартной стратегии (лидерства, диверсификации или узкой ориентации). В табл. 2 представлены основные направления указанных стратегий.

Таблица 2

#### Направления рыночных стратегий предприятий

Цели и методы	Стратегия лидерства по издержкам	Стратегия дифференциации	Стратегия узкой концентрации
Основная цель	Завоевание еще большей доли рынка	Завоевание значительной доли рынка	Завоевание узкого сегмента рынка
Основа конкурентного преимущества	Обеспечение более низкого уровня затрат, чем у конкурентов	Предложение потребителем товаров, отличных от товаров конкурентов	Низкие издержки при производстве уникальных товаров для удовлетворения запросов определенных потребителей
Ассортимент товаров	Качественный основной продукт с небольшим количеством модификаций	Большой ассортимент товаров для обеспечения широкого выбора потребителей	Уникальные товары для удовлетворения выбранного сегмента рынка
Принципы организации производства	Постоянное снижение издержек без снижения качества товаров	Поиск новых возможностей удовлетворения потребителей	Производство особых товаров, соответствующих специальным запросам потребителей
Принципы организации маркетинга	Обеспечение постоянного спроса на производимый товар с низкими издержками и высоким качеством	Постоянная модификация товаров, наделение их дополнительными свойствами за счет потребителя	Акцент на уникальность товаров и их производителя, удовлетворяющего особые запросы потребителя
Методы поддержания стратегии	Сохранение оптимального баланса между ценой и качеством товара, а также низкого уровня затрат	Реклама достоинств товара, использование новых технологий, 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 двух показателей: привлекательности рынка и доли в нем, которую занимает предприятие.

Направления развития предприятия и формирования его конкурентных преимуществ определяет осуществляемая им стратегия. На базе стратегии образуются стимулы, характеризующие основные отличия предприятия от конкурентов. Значительная часть таких стимулов обуславливается масштабами функционирования предприятия, накопленными в процессе работы знаниями, умением точно определять место его размещения и время инвестирования и т. д.

Второй подход – ресурсный – предполагает, что успех предприятия на рынке зависит, прежде всего, от имеющихся в его распоряжении ресурсов и умения ими эффективно управлять. Особое внимание здесь уделяется управленческим, организационным, социальным факторам, анализ которых позволяет принимать стратегические решения и добиваться конкурентных преимуществ.

Приверженцы ресурсного подхода полагают, что рыночное положение предприятия определяется его ресурсами, а именно способностями предприятия осуществлять их точный выбор, использовать более результативно, чем конкуренты.

Разрабатывая стратегию на базе ресурсного подхода, необходимо провести квалифицированный анализ ресурсов и возможностей предприятия по формированию длительного и устойчивого конкурентного преимущества.

*A.V. Shepelev, S.I. Ashmarina\**

#### **PRIMARY FACTORS OF ENSURING OF COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISES OF THE BUILDING SECTOR**

In the article the problems of ensuring of competitiveness of the enterprises of the building materials industry are viewed. Factors defining the competitiveness of enterprises in the long-term outlook are singled out and systematized.

**Key words:** competitiveness, factors of ensuring the competitiveness, stability of development.

---

\* *Shepelev Artem Vladimirovich, Ashmarina Svetlana Igorevna* (kafedra.finans@mail.ru), the Dept. of Financial Management, Samara State University, Samara, 443011, Russia.

