



## Анализ конкурентоспособности предприятия, выпускающего продукцию строительного назначения

*С.И. Прошкина, К.В. Жегера*

*Пензенский государственный университет архитектуры и строительства, Пенза*

**Аннотация:** Рассматривается понятие конкурентоспособности в строительной сфере. Проведена оценка конкурентоспособности предприятия по производству продукции строительного назначения. Рассмотрены пути повышения конкурентоспособности с использованием результатов SWOT – анализа.

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, конкурент, строительный рынок, качество, предприятие, SWOT – анализ, интегральный показатель конкурентоспособности.

Социально-экономическая ситуация, сложившаяся на современном этапе развития России, стала основанием для возникновения новых реалий и мнений, которые в своем большинстве выступают в качестве основного ориентира в деятельности предпринимателей. Конкуренция, конкурентоспособность и ее рост, сегментация рынка, проблемы с показателями спроса и реализацией товаров, наценки – это часть общей совокупности факторов, которые оказывают влияние на деятельность предпринимателей [1-2]. В таких условиях навык использования инструментов качества в управлении предприятием является важной составляющей программы совершенствования менеджмента, внедрение комплексного управления в масштабах всего предприятия и отдельных подразделений способствует повышению его конкурентоспособности на существующем рынке [3-4].

В связи с развитием экономики и технологий с каждым годом усиливается конкуренция. Для обеспечения и повышения конкурентоспособности, как продукции, так и предприятия руководителям приходится внедрять новые методы управления предприятием и применять инструменты качества [5-7].

Конкурентоспособность является одним из основных понятий, описывающих состояние предприятия на рынке.

Существует множество определений понятия «конкурентоспособность». Конкурентоспособность предприятия можно описать как комплексный показатель, который демонстрирует возможность и динамику адаптации компании к постоянно изменяющимся условиям конкуренции на рынке. Это понятие является разносторонним, то есть оно охватывает почти все составляющие деятельности предприятия, и в первую очередь это касается товара и его основных характеристик.

Учитывая вышесказанное, можно сформулировать следующее определение конкурентоспособности строительного предприятия – это превосходство продукции и услуг предприятия на строительном рынке в определенный промежуток времени, которое связано с грамотным подходом к управлению, наличием потенциала к разработке и внедрению конкурентоспособных товаров в долгосрочной перспективе, достигнутого без негативного воздействия на финансовое состояние предприятия.

Особенностью предприятия по производству строительной продукции является наличие стационарного и долговременно эксплуатируемого оборудования, обеспечивающего выпуск массовой продукции.

Современный период развития характеризуется постоянно изменяющимися условиями окружающей среды, распространенностью системного подхода в управлении. В таких условиях менеджмент вынужден адаптироваться и решать новые задачи.

Одними из кризисных этапов развития предприятия становятся проблемы, связанные с ростом: усложнение информационных, материальных и других потоков в масштабах всего предприятия, ухудшение финансового состояния, упадок организации по всем направлениям. В таких условиях возникает потребность в решении проблем наиболее оптимальными

---

методами. Для этого устанавливается связь между характеристиками состояния предприятия, его конкурентоспособностью и качеством управления (рис. 1) [8].



Рис.1. – Взаимосвязь характеристик состояния предприятия

В рамках анализа важных характеристик состояния предприятия и наиболее распространенных подходов к оценке и повышению показателей его конкурентоспособности, можно обозначить основные положения теории повышения конкурентоспособности, представленные на рис. 2 [8].

Действующие методики комплексной оценки финансово-хозяйственной деятельности предприятия дают возможность формирования характеристики конкурентоспособности компании на данный момент времени. Для достижения этой цели были разработаны специальные методы, с помощью которых осуществляется оценка актуального состояния компании.



Рис.2. - Методы конкурентоспособности предприятия

В качестве базы для оценки конкурентоспособности предприятия выступает организация ООО «Ярус», выпускающая продукцию строительного назначения и осуществляющая свою деятельность в городе Пенза. В качестве объекта исследования выбраны винтовые сваи.

При выборе конкурентов отдавалось предпочтение более развитым компаниям, которые по показателям своего развития и капиталовложений занимают лидирующие позиции на строительном рынке:

1. ООО «Металлопрокат», г. Пенза;
2. ТПК «Центр Металлокровли», г. Пермь;
3. ООО «МетТрансТерминал», г. Москва.

Оценка конкурентоспособности ООО «Ярус» заключается в сравнении характеристик предприятия с аналогичными показателями конкурентов на строительном рынке. Данный подход применяется для выявления основных преимуществ предприятия.

В рамках проведенной работы обозначены внешние преимущества рассматриваемых организаций и сформирована их весовая оценка (таблица 1).

Таблица №1

Весовая оценка внешних преимуществ

П/п	Внешние преимущества	Весомость
1	Номенклатура	0,10
2	Стоимость изделий	0,15
3	Опыт работы на рынке	0,15
4	Выезд на замер	0,10
5	Срок изготовления заказа	0,10
6	Качество товара	0,15
7	Качество обслуживания (до и пост- продажного)	0,10
8	Гарантийные обязательства	0,05
9	Расположение	0,05
10	Качество обслуживания	0,05

Обозначенные преимущества являются показателями конкурентоспособности и, в своей совокупности, определяют конкурентоспособность компаний на строительном рынке.

С целью расчета показателя конкурентоспособности по каждому обозначенному критерию оценки проведено анкетирование покупателей продукции ООО «Ярус», в котором приняли участие 100 респондентов. Полученные результаты представлены в таблице 2.

Таблица № 2

Результаты опроса клиентов ООО «Ярус»

П/п	Преимущество	Полностью удовлетворен	Частично удовлетворен	Не удовлетворен
1	Номенклатура	77	19	4
2	Стоимость изделий	83	17	0
3	Опыт работы на рынке	80	7	3
4	Выезд на замер	79	9	12
5	Срок изготовления заказа	95	4	1
6	Качество товара	97	2	1
7	Качество обслуживания (до и пост- продажного)	91	8	1
8	Гарантийные обязательства	92	6	2
9	Расположение	69	24	7
10	Качество обслуживания	89	9	2

Для расчета показателя конкурентоспособности по каждому обозначенному критерию оценки воспользуемся формулой:

$$КСП = \frac{\sum OK}{n}, \quad (1)$$

где  $OK$  – количество человек, которые отдали предпочтение критерию;  
 $n$  – число опрошенных человек.

Интегральный показатель конкурентоспособности определяется по формуле:

$$КСП_{интегр} = \sum КСП_i \cdot I \quad (2)$$

где  $КСП_i$  – показатель конкурентоспособности по каждому обозначенному критерию;  $I$  – весомость  $i$ -го показателя.

Полученные результаты расчета по формулам 1 и 2 представлены в таблице 3.

Таблица №3

Результаты сравнения фирм-конкурентов по критериям

П/п	Преимущество	ООО «Металлопрокат»	ТПК «Центр Металлокровли»	ООО «МетТранс Терминал»	ООО «Ярус»	Весомость преимущества
1	2	3	4	5	6	7
1	Номенклатура	0,96	0,92	0,92	0,89	0,10
2	Стоимость изделий	0,81	0,86	0,91	0,92	0,15
3	Опыт работы на рынке	0,93	0,95	0,88	0,94	0,15
4	Выезд на замер	0,94	0,91	0,93	0,93	0,10
5	Срок изготовления заказа	0,97	0,95	0,96	0,97	0,10
6	Качество товара	0,98	0,97	0,97	0,96	0,15
7	Качество обслуживания (до и пост продажного)	0,96	0,94	0,94	0,95	0,10

1	2	3	4	5	6	7
8	Гарантийные обязательства	0,97	0,94	0,9	0,94	0,05
9	Расположение	0,91	0,84	0,59	0,82	0,05
10	Качество обслуживания	0,95	0,94	0,94	0,94	0,05
Интегральный показатель		0,94	0,93	0,92	0,91	-

Основываясь на результатах проведенных расчетов, можно с уверенностью сказать о том, что первое место на рынке по производству винтовых свай занимает предприятие ООО «Металлопрокат». На втором и третьем месте расположились, соответственно, ТПК «Металлокровля» и ООО «МетТрансТерминал». Анализируемая организация ООО «Ярус» занимает четвертое место.

С учетом того факта, что организация ООО «Ярус» не занимает лидирующее положение среди конкурентов, возникает необходимость в определении слабых сторон и потенциальных угроз с целью их устранения за счет акцентирования внимания на сильных сторонах и имеющихся возможностях.

С целью установления сильных и слабых сторон предприятия, выявления существующих возможностей и возможных угроз проведен SWOT-анализ [9, 10].

Результаты SWOT-анализа представлены в таблице 4.

Таблица №4

SWOT- анализ ООО «Ярус»

Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"><li>- Перспективы развития на строительном рынке;</li><li>- Расширение представленной номенклатуры;</li><li>- Улучшение качества обслуживания;</li><li>- Улучшение маркетинговой стратегии.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Повышение налоговых сборов;</li><li>- Увеличение инфляции;</li><li>- Новые конкуренты на рынке;</li><li>- Новые стратегии маркетинга существующих конкурентов.</li></ul>

Окончание Таблицы №4

<b>Сильные стороны</b>	<b>Слабые стороны</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Опыт работы на строительном рынке;</li><li>- Широкая номенклатура;</li><li>- Высокий уровень квалификации сотрудников;</li><li>- Оперативность изготовления продукции;</li><li>- Предоставление гарантии на 1 год;</li><li>- Наличие постоянных клиентов (75%);</li><li>- Приемлемая ценовая политика</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Текучесть кадров в управленческом сегменте;</li><li>- Отсутствие продвижения продукции компании;</li><li>- Низкий уровень стимулирования сбыта;</li><li>- Низкий уровень финансовой платежеспособности.</li></ul>

Таким образом, основываясь на результатах проведенного анализа, для повышения конкурентных преимуществ ООО «Ярус» можно предложить стратегию, главной целью которой является акцентирование внимания на усилении конкурентных преимуществ и устранении слабых сторон, выявленных SWOT-анализом.

### Литература

1. Радина О.И., Малинина О.Ю., Калмыкова Н.А. Бенчмаркинг как маркетинговая технология формирования конкурентоспособных характеристик // Инженерный вестник Дона, 2014, №2. URL: [ivdon.ru/ru/magazine/archive/n2y2014/2343](http://ivdon.ru/ru/magazine/archive/n2y2014/2343)
2. Шевченко Д.А. Снижение финансовых рисков строительной организации с помощью проведения диверсификации хозяйственной деятельности // Инженерный вестник Дона, 2014, №1. URL: [ivdon.ru/ru/magazine/archive/n1y2014/2254](http://ivdon.ru/ru/magazine/archive/n1y2014/2254)
3. Шуваев М.А. Интегральная оценка конкурентоспособности строительного предприятия // Современная конкуренция. 2011. №3. С. 108-112.



4. Омельченко А.И. Современные модели управления компанией: процессный подход // Интеллектуальный потенциал XXI века: степени познания. 2014. № 25. С. 203-207.
5. Сахарова Л.А. Промышленность России: основные вызовы // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. 2014. № 30. С. 300-304.
6. Тарануха Ю.В. О природе регулирования конкуренции // Вестник Санкт-Петербургского университета. Экономика. 2019. №3 (35). С. 330-359.
7. Бабосюк А.В., Йылмаз С., Бакиров М.И. Экономическое значение конкуренции в развитии малого и среднего предпринимательства // Экономика и бизнес: теория и практика. 2021. № 1-1. С. 33-36.
8. Барабанов, А.С. Управление региональной конкурентоспособностью. Монография / под науч. рук. д.э.н. Т.В. Усковой. – Вологда: ИСЭРТ РАН, 2014 – 160 с.
9. Крючков В.Н. Методологические аспекты SWOT-анализа // Journal of new economy. 2005. № 10. С. 41-49.
10. Коваленко Е.В. Диагностика эволюционирования мезоуровневой субрегиональной постдепрессивности на основе PEST-анализа развития локального зерно-продовольственного рынка Восточного Донбасса // Инженерный вестник Дона, 2012, №1. URL: [ivdon.ru/ru/magazine/archive/n1y2012/636](http://ivdon.ru/ru/magazine/archive/n1y2012/636)

### References

1. Radina O.I., Malinina O.YU., Kalmykova N.A. Benchmarking Inzhenernyj vestnik Dona, 2014, №2. URL: [ivdon.ru/ru/magazine/archive/n2y2014/2343](http://ivdon.ru/ru/magazine/archive/n2y2014/2343)
2. Shevchenko D.A. Inzhenernyj vestnik Dona, 2014, №1. URL: [ivdon.ru/ru/magazine/archive/n1y2014/2254](http://ivdon.ru/ru/magazine/archive/n1y2014/2254)
3. SHuvaev M.A. Sovremennaya konkurenciya. 2011. №3. pp. 108-112.
4. Omel'chenko A.I. Intellektual'nyj potencial XXI veka: stupeni poznaniya. 2014. № 25. pp. 203-207.



5. Saharova L.A. Sovremennye tendencii v ekonomike i upravlenii: novyj vzglyad. 2014. № 30. pp. 300-304.
6. Taranuha YU.V. Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Ekonomika. 2019. №3 (35). pp. 330-359.
7. Babosyuk A.V., Jylmaz S., Bakirov M.I. Ekonomika i biznes: teoriya i praktika. 2021. № 1-1. pp. 33-36.
8. Barabanov, A.S. Upravlenie regional'noj konkurentosposobnost'yu [Management of regional competitiveness]. Monografiya. Vologda: ISERT RAN, 2014. 160 p.
9. Kryuchkov V.N. Journal of new economy. 2005. № 10. pp. 41-49.
10. Kovalenko E.V. Inzhenernyj vestnik Dona, 2012, №1. URL: [ivdon.ru/ru/magazine/archive/n1y2012/636](http://ivdon.ru/ru/magazine/archive/n1y2012/636)