СУЩНОСТЬ И СОДЕРЖАНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНАЛЬНЫХ СТРОИТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

М.А. Родайкина,
ИЭ УрО РАН

Деятельность регионального строительного комплекса, неотъемлемой часть которого являются строительные организации, оказывает значительное влияние на качество и уровень жизни населения. В условиях ужесточения конкуренции на рынке строительных товаров и услуг одним из условий эффективного функционирования субъектов комплекса является регулирование их конкурентоспособности на макро-, мезо и микроуровнях. В широком смысле слова конкурентоспособность – это сущностная характеристика объекта, отражающая его способность удовлетворять конкретные потребности по сравнению с таковой аналогичных объектов, представленных на данном рынке. Вместе с тем, специфика функционирования региональных строительных организаций требует, по нашему мнению, уточнения данного понятия.

В настоящее время в отечественной экономической науке сложились различные подходы к пониманию сущности конкурентоспособности предприятий и организаций. Все они могут быть объединены в три группы в зависимости от того, какой аспект конкурентоспособности в них рассматривается (таблица)[1].

На наш взгляд, не следует ограничивать конкурентоспособность региональных строительных организаций каким-либо одним ее аспектом, поскольку выпуск конкурентоспособной строительной продукции в значительной мере зависит от эффективности производства (и наоборот), а доля рынка зависит от качества и цены продукции. То есть, их конкурентоспособность складывается под воздействием множества факторов.

Чтобы дать определение конкурентоспособности региональных строительных организаций, выясним, что отличает строительную продукцию от продукции промышленности, а строительный процесс – от промышленного производства.

К специфическим особенностям строительной продукции, по нашему мнению, относятся:

[1] Багиев Г.Л.Маркетинг: учебник для вузов/ Г.Л.Багиев, В.М.Тарасевич, Х. Анн; под общ. ред. Г.Л.Багиева.М.:Экономика,1999.С.257-258; Реструктуризация регионального промышленного комплекса: от индустриальной к социально-ориентированной модели. В 2 т. Т.II / РАН. УрО. Ин-т экономики; под общ. ред. чл.-кор. РАН А.И.Татаркина. М.:Экономика, 2005. С. 435; Завьялов П.С. Маркетинг в схемах, таблицах: учебное пособие/ П.С.Завьялов. М.:ИНФРА-М, 2000. С. 210; Воронов Д.С. Оценка, анализ и выявление путей повышения конкурентоспособности предприятий: дис. … канд.экон.наук: 08.00.05/ Д.С.Воронов. Екатеринбург, 2002.С. 9; Печенкин А. Об оценке конкурентоспособности товаров и товаропроизводителей/ А.Печенкин, В.Фомин// Маркетинг.2000.№2.С.23; Ложкин А.А. Организационно-экономическое обоснование конкурентоспособности строительных организаций: автореф. дис. …канд. экон. наук: 08.00.05/ А.А.Ложкин. Н.Новгород, 2003.С.8; Чепурной И.П. Конкурентоспособность продовольственных товаров: учебное пособие/ И.П.Чепурной. М.: Издат.-книготорг. центр Маркетинг, 2002.С.34; Мансуров Р.Е. Повышение экономической конкурентоспособности энергетических предприятий на основе технического перевооружения: автореф. дис.…канд. экон.наук: 08.00.13/Р.Е.Мансуров. Н.Новгород, 2004. С. 11.

Таблица

Основные подходы к пониманию сущности конкурентоспособности предприятий и организации

Подход	Определение конкурентоспособности	Автор
Конкурентоспособность организации как результат конкурентоспособности выпускаемых ею товаров	Реальная и потенциальная способность предприятия …проектировать, изготовлять и реализовывать …товары, которые по своим потребительским и стоимостным характеристикам в комплексе более привлекательны, чем товары конкурентов	Багиев Г.Л., Тарасевич В.М., Анн Х.
Конкурентоспособность как результат эффективной производственной деятельности организации	Явление производственное, отражающее ее возможности по производству и продвижению на рынок товаров, работ, услуг	Берсенев В.Л., Важенин С.Г., Баженов С.И.
	Возможность эффективной хозяйственной деятельности и ее прибыльной реализации в условиях рынка	Завьялов П.С.
	Обобщающая характеристика деятельности хозяйствующего субъекта, отражающая уровень эффективности использования им экономических ресурсов по сравнению с конкурентами	Воронов Д.С.
	Способность вести эффективную производственно-сбытовую деятельность и тем самым противостоять конкурентам	Печенкин А., Фомин В.
Конкурентоспособность как доля рынка, занимаемая организацией	Потенциальная и реальная возможность противостоять атакам конкурентов, удерживать свой сектор рынка, свою рыночную долю	Ложкин А.А.
	Совокупность свойств субъекта, имеющего определенную долю соответствующего динамичного рынка, которая характеризует степень соответствия вырабатываемых им объектов требованиям потребителей в условиях конкуренции на свободном рынке	Чепурной И.П.
	Способность предприятия бороться за рынок, уменьшать, либо сохранять занимаемую долю рынка в зависимости от стратегии предприятия	Мансуров Р.Е.

1) локальная закрепленность и стационарность продукции в процессе создания и эксплуатации. Эта особенность обуславливает зависимость развития строительных организаций от социально-экономического положения определенного региона;

2) особенности факторов ценообразования. Рынок строительной продукции является рынком несовершенной конкуренции (имеют место олигополия и монополия с дифференциацией продукта). Для него характерны:

- слабое влияние на цену продукции платежеспособного спроса населения из-за ограниченного количества продавцов;
- цена на крупные объекты строительства формируется на основе соглашений (контрактов) между заказчиком, подрядчиком и проектировщиком;

- большая зависимость цены строительной продукции от инфляционных ожиданий, что делает выгодным ее покупку на ранних стадиях строительства (жилая недвижимость);
- в структуре себестоимости строительной продукции высок удельный вес затрат на строительные материалы и конструкции, что объясняется необходимостью их транспортировки, высокой стоимостью их производства, оплатой труда посредников и др.;

3) многообразие и взаимозаменяемость используемых ресурсов (например, полимерные и стальные трубы). Это обуславливает появление множества альтернатив при выборе технологических решений;

4) значительный срок службы (срок эксплуатации жилых зданий, например, варьируется от 50 до 150 лет[1]);

5) повышенные требования к качеству и экологической чистоте;

6) дифференциация потребительских характеристик продукции в соответствии с интересами потребителей.

Марковская В.В., например, выделяет четыре вида работ (проектирование, инженерно-техническую подготовку к строительству, строительно-монтажные работы и реализацию готового проекта) и два вида услуг (дополнительные и сервисные), традиционно предлагаемых строительными организациями[2].

Степанов И.С., Шайтанов В.Я. и ряд других ученых к продукции строительства относят материальные ценности (готовые здания и сооружения, строительные конструкции и материалы), услуги подрядчиков, проектно-изыскательских организаций, комплекс услуг по сопровождению объекта недвижимости в период его строительства и в процессе эксплуатации. Кроме того, они делят продукцию строительного производства на «конечную» (законченные и сданные в эксплуатацию здания и сооружения) и «промежуточную» (изделия предприятий стройиндустрии, отдельные виды работ, части зданий и др.)[3].

По назначению строительная продукция может быть производственной или непроизводственной. В первом случае она прямо или косвенно участвует в создании промышленной продукции, выполнении работ и оказании услуг, во втором – обеспечивает условия для проживания и обслуживания людей. Как правило, строительные организации специализируются на производстве определенной продукции, и от этого зависит состав их основных производственных фондов, количественный и качественный (квалификационный) состав работающих и др.

С появлением конкуренции на рынке строительных товаров и услуг большую актуальность приобрело построение работы организаций на принципах маркетинга. В маркетинге продукция строительства рассматривается с четырех позиций: товар по замыслу его содержания (проект), товар в реальном

---

[1] Экономика градостроительства: учеб. пособие для вузов/ Под ред. д-ра экон. наук, проф. Ю.Ф.Симионова, Н.Н.Тихомирова. М.: ИКЦ МарТ; Ростов-н/Д: Издат.центр МарТ, 2003. С.341.

[2] Марковская В.В. Совершенствование управления маркетингом в подрядных строительных организациях: дис. … канд. экон. наук: 08.00.05/ В.В.Марковская. Екатеринбург, 2007.С. 11.

[3] Экономика строительства: учебник/ Под ред. И.С.Степанова. М.: Юрайт-М, 2001. С. 359; Маркетинг в строительстве/ Под ред. И.С.Степанова, В.Я.Шайтанова. М.: Юрайт-М, 2001. С. 134.

исполнении (готовый объект), товар в виде строительных услуг подрядчика и товар в виде сопровождения строительной продукции[1].

Наше исследование позволило выделить следующие особенности функционирования строительных организаций:

1) большая продолжительность производственного цикла, что объясняется постепенным нарастанием технической готовности объектов. Эта особенность приводит к значительному объему оборотных средств, вложенных в строительство;

2) мобильность исполнителей и средств труда, децентрализация, усложнение требований к координации деятельности строительных организаций;

3) многовариантность технологических, организационных и управленческих решений;

4) существенное влияние природно-климатических факторов, что обуславливает сезонный характер строительно-монтажных работ и необходимость создания временной инфраструктуры для строительства и др.

Уровень конкурентоспособность организаций строительного комплекса является одним из условий активизации инвестиционно-строительной деятельности в регионе. Так, например, повышая свою конкурентоспособность за счет применения новых материалов и технологий, региональные строительные организации добиваются сокращения сроков строительства и его себестоимости, снижения затрат при эксплуатации зданий и сооружений, повышения темпов строительства доступного и комфортного жилья. Наличие же в регионе доступного жилья, развитой социальной и производственной инфраструктуру позволяет региональным и федеральным властям проводить эффективную демографическую и миграционную политику, делает регион привлекательным для инвесторов.

По нашему мнению, уровень конкурентоспособности региональных строительных организаций – это итог формирования и реализации организационно-экономических отношений между строительными организациями, государством, инвесторами, потребителями, поставщиками строительных материалов и конструкций и др.

На основании изложенного выше конкурентоспособность региональных строительных организаций, по нашему мнению, может быть определена как система организационно-экономических отношений по формированию и реализации их способности производить строительную продукцию и предоставлять услуги, качественные, ценовые и временные характеристики которых соответствуют потребностям развития региона, требованиям потребителя и собственным экономическим интересам организаций.

Данный подход учитывает особенности продукции строительства и функционирования региональных строительных организаций, обосновывает необходимость повышения конкурентоспособности продукции, что позволяет анализировать сущностные характеристики конкурентоспособности: способность организаций выполнять свои обязательства перед заказчиками,

[1] Маркетинг в строительстве/ Под ред. И.С.Степанова, В.Я.Шайтанова. М.: Юрайт-М, 2001. С. 134.

продуктивность использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов, сбытовой деятельности и т.д.

Улучшение уровня конкурентоспособности организаций достигается, в том числе, за счет выявления и интеграции всех факторов их внешней и внутренней среды.

К внешним факторам относятся такие, на изменение которых деятельность хозяйствующих субъектов практически не влияет. Скорее, это они воздействуют на работу предприятий как бы извне (инвестиционная, налоговая политика и др.). Иными словами, к группе внешних факторов экономической деятельности относятся те факторы, действие которых прослеживается на международном, страновом и региональном уровнях. Все поле внешних факторов можно обозначить единым понятием «внешняя среда», в которой функционирует предприятие.

В современной экономической литературе в структуре «внешняя среда» выделяют следующие подсистемы: экономическая среда, политическая среда, правовая среда, технологическая среда природно-климатическая и географическая среда, демографическая среда. В целом внешняя среда имеет следующие характеристики: взаимосвязанность факторов, сложность, подвижность (повышение относительной скорости изменения среды), неопределенность. Усиление сложности и взаимосвязанности, повышение подвижности и неопределенности факторов внешней среды и усиление их влияния на функционирование хозяйственных объектов в настоящее время ведут к увеличению необходимости их учета при определении стратегии развития хозяйствующих субъектов и их организационной структуры управления.

К внутренним факторам относятся все остальные. В отличие от первой, факторы второй группы непосредственно связаны с производственной деятельностью организаций, то есть представляют собой совокупность субъективных условий, в той или иной мере отражающих общее состояние экономики данных хозяйственных субъектов.

Таким образом, конкурентоспособность региональных строительных организации проявляется в их способности развиваться в условиях изменяющейся внутренней и внешней среды и определяется многочисленными и разнообразными факторами.