

К вопросу о конкурентоспособности строительного предприятия в условиях экономического кризиса

В.В. Костюченко, О.А.Побегайлов

Ростовский государственный строительный университет

Аннотация: Рассматривается суть актуальных проблем конкурентоспособности строительного предприятия в условиях экономического кризиса. Выделяются проблемные аспекты, проводится их анализ, даются возможные пути решения.

Ключевые слова: экономика отрасли, организация и управление в строительстве, менеджмент предприятия.

Определение конкурентоспособности строительного предприятия является актуальным вопросом на сегодняшний день. Экономический кризис подверг серьезному испытанию строительную отрасль, и в настоящее время от участников этого сектора экономики требуется представить качественную и перспективную продукцию, отвечающую мировым стандартам качества, комфортности и надежности по разумной цене [1].

Существует точка зрения, что потребительский спрос является соглашением о конкурентной стратегии, совместного использования выгод и распределения рисков между продавцами и покупателями. Таким образом определяется потребительский спрос, формирующийся между потребителями и предприятиями, совместного использования выгод, разделения рисков, долгосрочности стабильного сотрудничества, что требуется для уверенного оперирования на внутреннем и мировом рынке. Создание прогнозов и управления потребительским спросом может достичь целей по снижению затрат, диверсификации рисков, получение важнейших ресурсов и улучшение конкурентной позиции [2-4]. Необходимо понимать, что все эти аспекты стратегической

эффективности могут быть достигнуты только в том случае, если предприятие способно представлять качественную продукцию [3]. В настоящее же время средства массовой информации ежедневно сообщают о фактах некачественно выполненных строительных работ или о некондиционной продукции, поставляемой строительной промышленностью. В таких условиях нет оснований рассчитывать на завоевание рынка, тем более в период кризиса, и о возможности управления отраслью. Слагаемыми успеха могут являться только сочетание качества, разумной ценовой политики и стратегии управления конкурентоспособностью предприятия [5].

Конкурентная стратегия рассматривается как основа реализации доли предприятия на рынке. Стратегию определяют партнерские связи и грамотная политика предприятия на рынке: готовность делиться информацией прогнозирования продаж, технической информации, объемом продаж продукта и т.д. [4,6]. Конкурентную стратегию можно разделить на четыре аспекта: порядок обработки информации, информация о работе компании, стратегическая информация и информация о конкурентах [7]. Это предполагает обработку информации о заказах, количестве реализуемых проектов, планировании производства, планировании производственных мощностей и порядке прогнозирования. Финансовая информация касается в основном совместного использования данных продаж, себестоимости продукции и прибыли и т.д. Стратегическая информация, полученная в результате анализа, содержит информацию об увеличении скорости реакции и снижая неопределенность спроса на предприятиях [8].

Стоимость, обслуживание клиентов, гибкость, сроки и инновации всегда применяются производителями для оценки эффективности работы компании или оперативных целей. На основании проведенных

исследований, применяются четыре переменные, которыми являются стоимость, уровень обслуживания, время и инновации для измерения функциональных целей производства системы [9]. Стоимость исполнения состоит из двух пунктов оценки: низкая себестоимость производства и снижение общей стоимости; обслуживание клиентов оценивается по трем позициям для оценки: уровень удовлетворенности заказа, распределение пунктуальность и из уровня запасов; время оценивается: по времени производства и времени выхода на рынок новых продуктов; инновации оцениваются по двум пунктам: новое качество продукции и модернизация уже существующих продуктов. Гармония этих показателей и есть оптимальный уровень конкурентоспособности предприятия в условиях перманентного экономического кризиса отрасли [4].

Чем ближе отношения между заказчиком и предприятием, тем легче они обмениваются информацией друг с другом. Чтобы разрешить проблему падения уровня информатизации, нужно повысить потенциал производственной системы. С точки зрения действия конкурентной стратегии, когда не потребительский спрос, а производство занимает первое место, функциональные цели являются ключевыми факторами для успеха производственной системы [10]. Когда стратегия предприятия и производственной системы интегрированы в интерактивном процессе, будет тесный контакт друг с другом, что способствует привлечению потенциальных клиентов. Производственная система является важным средством для реализации конкурентной стратегии, которая нуждается в своевременной корректировке и приведению в соответствие с текущим положением дел в отрасли. Потребительский спрос сильно влияет на производительность производственной системы. Когда интенсивность потребительского спроса становится все более и более зависимой от производства, его системных функциональных задач,

производственная система будет демонстрировать значительные изменения. При этом различные функциональные задачи производства будут скорректированы заново, чтобы в ответ на рыночные возможности предприятия коррелировался и спрос, что позволяет более эффективно использовать ресурсы для достижения целей.

Таким образом, построение отношений между потребительским спросом и производственной системы позволит повысить степень зависимость между клиентами и предприятиями, а затем повысить операционную эффективность производственной системы в целом. В свою очередь, это обеспечит существенную устойчивость компании и ее конкурентоспособность на рынке.

Литература

1. Sugiyama S. Socio-Economic History Society. Tokyo, 2006. – 590 p.
2. Krueger A, Anderson D. Explorations in Economics. Worth Publishers, 2013. - 395 p.
3. Berry C.H. Corporate Growth and Diversification // Journal of Law and Economics. Vol. 14, № 2. October, 1971, pp. 371-383.
4. Илларионова Е.В., Фомина А.С., Гуськов С.А., Федосова С.И., Шумилов А.И. История российского предпринимательства. Луга, ЕАОИ, 2008. – 357 с.
5. Майкл Э. Г.: Малый бизнес. От иллюзий к успеху. Возвращение к мифу предпринимательства М.: Олимп-Бизнес, 2012. – 458 с.
6. Ашхотов Э. Ю., Бегов Р.К. , Ашхотов В. Ю. Производственно-экономические и организационные проблемы инвестирования в региональные АПК // Инженерный вестник Дона, 2012, №1. URL:ivdon.ru/magazine/archive/n1y2012/669



7. Савельева Н.А. Методика оценки конкурентоспособности предприятий сферы строительного дизайна // Инженерный вестник Дона, 2011, №4. URL:ivdon.ru/magazine/archive/n4y2011/697

8. Напхоненко Н.В., Зеленская О.А. Коммерциализация технологий и конкурентоспособность отечественных предприятий // Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Серия: Технические науки. 2007. № 5. С. 105-107.

9. Зеленской О.А. Проблемы и возможности формирования конкурентоспособных кластеров как метода активизации инновационных процессов // Новые технологии. 2010. № 4. С. 83-87.

10. Побегайлов О.А., Голотайстрова Е.Ю. Инновационное развитие строительного производства и его риски // Инженерный вестник Дона, 2013. № 2. URL: ivdon.ru/magazine/archive/n2y2013/1684

References

1. Sugiyama S. Socio-Economic History Society. Tokyo, 2006. 590 p.
2. Krueger A, Anderson D. Explorations in Economics. Worth Publishers, 2013. 395 p.
3. Berry C.H. Corporate Growth and Diversification. Journal of Law and Economics. Vol. 14, № 2. October, 1971, PP. 371-383.
4. Illarionova E.V., Fomina A.S., Gus'kov S.A., Fedosova S.I., Shumilov A.I. Istorija rossijskogo predprinimatel'stva. [History of Russian entrepreneurship]. Luga, EAOI, 2008. 357 p.
5. Majkl Je. G.: Malyj biznes. Ot illjuzij k uspehu. Vozvrashhenie k mifu predprinimatel'stva [From illusions to success. Returning to the myth of entrepreneurship] M.: Olimp-Biznes, 2012. 458 p.
6. Ashhotov J. J., Bevov R.K. , Ashhotov V. J. Inženernyj vestnik Dona (Rus), 2012, №1. URL: ivdon.ru.magazine.archive.n1y2012.669



7. Savel'eva N.A. Inženernyj vestnik Dona (Rus), 2011, №4. URL: [ivdon.ru/magazine.archive.n4y2011.697](http://ivdon.ru/magazine/archive.n4y2011.697)
8. Naphonenko N.V., Zelenskaja O.A. Izvestija vysshih uchebnyh zavedenij. Severo-Kavkazskij region. Serija: Tehnicheskie nauki. 2007. № 5. PP. 105-107.
9. Zelenskoj O.A. Novye tehnologii. 2010. № 4. PP. 83-87.
10. Pobegajlov O.A., Golotajstrova E.Ju. Inženernyj vestnik Dona (Rus), 2013. № 2. URL: [ivdon.ru/magazine.archive.n2y2013.1684](http://ivdon.ru/magazine/archive.n2y2013.1684)