

Система показателей мониторинга конкурентной среды сферы строительного дизайна

Н.А. Савельева, Е.В. Терехова

В условиях усиления конкуренции на товарных рынках, высокой степени изменчивости внешней среды актуальной становится задача мониторинга конкурентной среды [1]. В современных условиях требуется систематическое отслеживание конкурентных условий рынка и отдельных рыночных сегментов, выявление факторов, способствующих и препятствующих развитию отраслевых предприятий [2 - 4]. Мониторинг рассматривается в числе основных инструментов получения актуальной и своевременной информации о рыночной конкурентной среде. Результаты мониторинга позволяют предприятию грамотно выработать стратегию конкурентной борьбы и выстроить тактику взаимодействия с конкурентами.

В специальной литературе теоретические и методические вопросы мониторинга широко представлены в отношении такого объекта, как региональная экономика [5 - 7]. Достаточно освящены отдельные моменты экологического, правового, технологического, финансового, социального и других видов мониторинга [8, 9]. Проблема мониторинга конкурентной среды с позиции отражения отраслевой специфики деятельности предприятий разработана на сегодняшний день недостаточно.

Важнейшим структурным компонентом мониторинга конкурентной среды отраслевого рынка является определение набора показателей мониторинга в соответствии с формируемыми целями и задачами мониторинга. Система показателей мониторинга должна включать минимальный набор отслеживаемых параметров. Вместе с тем их должно быть достаточно для получения объективной характеристики конкурентной среды отраслевого рынка.

Поскольку факторы конкурентной борьбы, источники конкурентных преимуществ предприятий, ключевые факторы успеха отрасли существенно

варьируются в разрезе отдельных отраслей экономики программа мониторинга конкурентной среды в части формирования системы отслеживаемых показателей должна максимально учитывать специфику отраслевого рынка [10]. В этой связи в качестве объекта исследования нами был выбран рынок сферы строительного дизайна.

Система показателей мониторинга конкурентной среды рынка сферы строительного дизайна должна включать, на наш взгляд, четыре группы параметров оценки: масштаб и динамика рынка, прибыльность рынка, состояние конкуренции на отраслевом рынке, надежность и безопасность.

Представим рекомендуемый перечень показателей мониторинга по каждой группе параметров оценки.

1 группа. Масштаб и динамика рынка.

В данной группе нами рассматриваются показатели объема реализации дизайн-услуг (проектов) в натуральном и стоимостном выражении предприятиями-участниками рынка, емкости рынка, динамики емкости рынка, динамики средних цен реализации дизайн-проектов; структуры потребителей (таблица № 1).

Таблица № 1

Показатели мониторинга по 1 группе параметров оценки

Наименование показателя	Обозначение	Единица измерения	Расчетная формула
Число предприятий на рынке	N	шт.	-
Динамика числа предприятий рынка	T_N	%	$T_N = \frac{N_{отч.}}{N_{прошл.}} \cdot 100$
Емкость рынка в натуральном выражении	E_n	m^2	$E_n = \sum_{i=1}^n B_{ni}$ <p>где B_{ni} – объем реализации i-той дизайн-услуги в натуральном выражении, m^2; n – число видов дизайн-услуг.</p>

Емкость рынка в стоимостном выражении	E	руб.	$E = \sum_{i=1}^n V_{pi}$ <p>где V_{pi} – объем реализации i-той дизайн-услуги в стоимостном выражении, м².</p>
Темп роста рынка в натуральном выражении	$T_{Eн}$	%	$T_{Eн} = \frac{E_{н\text{отч.}}}{E_{н\text{прошл.}}} \cdot 100,$ <p>где $E_{н\text{отч.}}$ - емкость рынка в отчетном году, м²; $E_{н\text{прошл.}}$ - емкость рынка в прошлом году, м².</p>
Темп роста рынка в стоимостном выражении	T_E	%	$T_E = \frac{E_{отч.}}{E_{прошл.}} \cdot 100,$ <p>где $E_{отч.}$ - емкость рынка в отчетном году, руб.; $E_{прошл.}$ - емкость рынка в прошлом году, руб.</p>
Темп роста средней стоимости дизайн-услуг	$T_{ц}$	%	$T_{ц} = \frac{Ц_{отч.}}{Ц_{прошл.}} \cdot 100$
Доля отдельных сегментов на рынке по характеру потребителей	$U_{с.н.}$	%	$U_{ic.n.} = \frac{E_{i\text{сегм.потреб.}}}{E} \cdot 100$ <p>$E_{ic.n.}$ – емкость i-того сегмента в зависимости от характера потребителей, руб.</p>
Доля отдельных сегментов на рынке в зависимости от видов дизайн-услуг	$U_{в.н.}$	%	$U_{iv.n.} = \frac{E_{i\text{виды усл.}}}{E} \cdot 100$ <p>$E_{iv.n.}$ – емкость i-того сегмента в зависимости от видов дизайн-услуг, руб.</p>

2 группа. Прибыльность рынка.

В данной группе параметров рассматриваются показатели рентабельности и прибыли рынка и их динамика (таблица № 2).

Таблица № 2

Показатели мониторинга по 2 группе параметров оценки

Наименование показателя	Обозначение	Единица измерения	Расчетная формула
Прибыль рынка	$P_{рынка}$	руб.	$P_{рынка} = \sum_{i=1}^n P_{pi}$ <p>где P_{pi} – финансовый результат реализации услуг (прибыль или убыток) i –того предприятия.</p>
Рентабельность реализации рынка	$R_{vрынка}$	%	$R_{vрынка} = \frac{\sum_{i=1}^n P_{pi}}{E} \cdot 100$
Темп роста прибыли рынка	$T_{П}$	%	$T_{П} = \frac{P_{отч.}}{P_{прошл.}} \cdot 100$
Динамика рентабельности реализации рынка	$\Delta R_{vрынка}$	%	$\Delta R_{vрынка} = R_{vотч.} - R_{vбаз.}$

3 группа. Состояние конкуренции на отраслевом рынке.

В этой группе параметров оценки целесообразно рассматривать такие показатели, как степень дифференциации услуг, уровень специализации предприятий, структура предприятий по размеру, структура предприятий по динамике численности сотрудников, используемые техники дизайна, территориальный охват деятельности (только г. Ростов-на-Дону, Ростовская область, Южный федеральный округ, РФ). Показатели данной группы сведены в таблицу № 3.

Таблица № 3

Показатели мониторинга по 3 группе параметров оценки

Наименование показателя	Обозначение	Единица измерения	Расчетная формула
Доля предприятий с определенным доминирующим видом дизайн-деятельности	$U_{Nd.}$	%	$U_{Nd.} = \frac{N_{\partial.i}}{N} \cdot 100,$ <p>где $N_{\partial.i}$ – число предприятий с i-</p>

			<p>тым доминирующим видом деятельности;</p> <p>N – общее число предприятий на рынке.</p>
Доля предприятий, оказывающих определенные дополнительные виды услуг	$U_{N \text{ доп.д.}}$	%	$U_{N \text{ доп.д.}} = \frac{N_{\text{доп.д.}i}}{N} \cdot 100,$ <p>где $N_{\text{доп.д.}i}$ – число предприятий с i-тым видом дополнительной деятельности.</p>
Продолжительность работы на рынке услуг строительного дизайна	$P_{\text{раб.}}$	лет	-
Удельный вес предприятий, относящихся к i -той группе в зависимости от численности персонала	$U_{\text{перс.}}$	%	$U_{\text{перс.}} = \frac{N_{i \text{ перс.}}}{N} \cdot 100,$ <p>где $N_{i \text{ перс.}}$ – число предприятий, относящихся к i-той группе в зависимости от численности персонала.</p>
Доля предприятий с положительной динамикой численности персонала	$U_{\text{пол.дин.перс.}}$	%	$U_{\text{пол.дин.перс.}} = \frac{N_{\text{пол.дин.перс.}}}{N} \cdot 100,$ <p>где $N_{\text{пол.дин.перс.}}$ – число предприятий с положительной динамикой численности персонала.</p>
Распределение предприятий в зависимости от уровня территориального охвата рынка	$U_{\text{тер.}}$	%	$U_{\text{тер.}} = \frac{N_{i \text{ тер.}}}{N} \cdot 100,$ <p>$N_{i \text{ тер.}}$ – число предприятий определенной группы территориального охвата рынка (г. Ростов-на-Дону, Ростовская область, Южный федеральный округ).</p>
Доля предприятий, выполняющих дизайн-услуги определенной сложности	$U_{N \text{ сл.пр.}}$	%	$U_{N \text{ сл.пр.}} = \frac{N_{\text{сл.ул.}i}}{N} \cdot 100,$ <p>где $N_{\text{сл.пр.}i}$ – число предприятий, выполняющих дизайн-услуги с i-тым уровнем сложности.</p>
Уровень специализации предприятий в зависимости от выполняемых этапов дизайн-проектирования	$U_{N \text{ этап}}$	%	$U_{N \text{ этап.}} = \frac{N_{\text{этап.}i}}{N} \cdot 100,$ <p>где $N_{\text{этап.}i}$ – число предприятий, выполняющих определенный набор этапов дизайн-проектирования.</p>
Доля предприятий в зависимости от используемой	$U_{N \text{ техн.}}$	%	$U_{N \text{ техн.пр.}} = \frac{N_{\text{техн.ул.}i}}{N} \cdot 100,$

техники дизайн-проектирования	<i>пр.</i>		где $N_{техн.пр.i}$ – число предприятий, выполняющих дизайн-услуги с использованием определенной техники проектирования.
Уровень специализации дизайн-предприятий	$U_{спец.}$	%	$U_{спец.} = \frac{N_{спец.i}}{N} \cdot 100,$ где $N_{спец.i}$ – число предприятий i -того уровня специализации.
Уровень качества дизайн-услуг	$U_{кач}$	%	$U_{кач.} = \frac{N_{кач.i}}{N} \cdot 100,$ где $N_{кач.i}$ – число предприятий, выполняющих дизайн-услуги i -того уровня качества.

4 группа. Надежность и безопасность.

В данной группе параметров оценки предусмотрено ранжирование факторов, способствующих развитию сферы строительного дизайна, и факторов, сдерживающих развитие предприятий. К числу факторов, способствующих развитию данной сферы бизнеса могут быть отнесены: инновации в технологиях, маркетинговые инновации, глобализация деятельности, динамика стилей жизни потребителей услуг, предпочтения потребителей, мода, изменения в социальной сфере, невысокая стоимость услуг и другие. Факторами, сдерживающими развитие сферы строительного дизайна на сегодняшний день могут быть недостаток квалифицированного персонала, недостаток необходимого оборудования и программного обеспечения, невысокий уровень платежеспособности потребителей, высокая стоимость сопутствующих товаров и услуг, несовершенство законодательной базы, недостаток денежных средств для финансирования инвестиций и другие.

Разработанная система показателей мониторинга конкурентной среды включает набор параметров оценки, позволяющих судить о характере и интенсивности конкуренции на отраслевом рынке, степени привлекательности конкурентной среды для развития бизнеса, а также отражающих специфику отраслевого рынка услуг строительного дизайна. В качестве основного субъекта мониторинга, на наш взгляд, следует рассматривать Союз Дизайнеров

России и его региональные представительства, так как они имеют необходимые ресурсы для организации регулярного отслеживания состояния дизайнерской сферы Строительного комплекса РФ и выработки рекомендаций по реализации профессиональной деятельности.

Литература

1. Россинская, М.В. Региональные особенности развития сферы услуг Южного федерального округа [Текст] / М.В. Россинская, М.В. Бугаева // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия «Экономика», 2011. - № 3. - С. 218-223.

2. Савельева, Н.А. Методика оценки конкурентоспособности предприятий сферы строительного дизайна [Электронный ресурс] // «Инженерный вестник Дона», 2011, № 4. – Режим доступа: <http://iv-don.ru/magazine/archive/n4y2011/697> (доступ свободный). – Загл. с экрана. – Яз. рус.

3. Moore J.F. The Death of Competition. – N.Y.: Harper Business, 1996. 297 p.

4. Савельева, Н.А. Стратегическое управление конкурентоспособностью предприятий розничной торговли [Текст] /Н.А. Савельева, О.В. Хлопенко // Известия Сочинского государственного университета, 2012. - № 4 (22). – С. 119-126.

5. Мурзин, А.Д. Нормативно-правовые основы формирования стратегии устойчивого социо-эколого-экономического развития урбанизированных территорий [Текст] /А.Д. Мурзин, Т.Ю. Анопченко [Электронный ресурс] // «Инженерный вестник Дона», 2012, № 4. – Режим доступа: <http://iv-don.ru/magazine/archive/n4p1y2012/1104> (доступ свободный). – Загл. с экрана. – Яз. рус.

6. Анопченко Т.Ю. Структура социально-экономических и экологических составляющих системы комплексного развития территорий /Т.Ю.

Анопченко, А.Д. Мурзин // Наука и образование: хозяйство и экономика, предпринимательство; право и управление, 2012, № 1. – С. 22-29.

7. Treacy M., Wiersema F. The Discipline of Market Leaders. Reading (Mass), 1995. 208 p.

8. Савельева Н.А. Совершенствование отраслевого управления в сфере строительного дизайна [Электронный ресурс] // «Инженерный вестник Дона», 2011, № 4. – Режим доступа: <http://ivdon.ru/magazine/archive/n4y2011/696> (доступ свободный). – Загл. с экрана. – Яз. рус.

9. Савон, Д.Ю. Сценарий устойчивого развития Ростовской области [Текст] / Д.Ю. Савон, В.В. Гассий [Электронный ресурс] // «Инженерный вестник Дона», 2012, № 4. – Режим доступа: <http://ivdon.ru/magazine/archive/n4p1y2012/1152> (доступ свободный). – Загл. с экрана. – Яз. рус.

10. Савельева, Н.А. Аналитический инструментарий управления конкурентоспособностью строительной организации [Текст] / Н.А. Савельева, В.А. Боднар // Аудит и финансовый анализ, 2008. - № 3. – С. 31-37.