

3. ФИНАНСОВЫЙ АНАЛИЗ

3.1. АНАЛИТИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Савельева Н.А., д.э.н., профессор
кафедры маркетинга и логистики;
Боднар В.А., соискатель

*Ростовский государственный
строительный университет*

В данной статье в систематизированном виде представлены основные методики анализа конкурентоспособности строительной продукции и строительных организаций как хозяйствующих субъектов. Автор касается также проблем управления конкурентоспособности, присущих современному этапу развития экономических отношений.

В условиях роста конкуренции требования к строительству меняются, возникает необходимость совершенствовать свою продукцию, делать ее более комфортной, ориентированной на запросы отдельных групп потребителей. В таких условиях трудно организовать поточное строительство, которое является главным условием поддержания высокой технологичности и качества строительства. Учитывая требования конкурентоспособности, в мировой практике многие компании реорганизуют свой управленческий персонал в самоуправляемые команды с минимальным вмешательством со стороны высшего руководства, что позволяет более эффективно управлять компанией [1].

Под управлением конкурентоспособности следует понимать постоянный и планомерный процесс воздействия на факторы и условия, отражающие требования данного этапа экономических отношений и состояния рынка, для обеспечения конкурентоспособности и поддержания конкурентных преимуществ при изменяющихся условиях.

Углубление рыночных отношений между подрядчиками и заказчиками в строительной сфере связано с внедрением практики подрядных торгов, при проведении которых осуществляется конкурсный отбор претендентов на основе объективных характеристик конкурентоспособности, отражающих требования потребителей строительной продукции. Такого рода критерии являются для строительных организаций внешними, но требуют ориентации на них производственно-хозяйственной деятельности.

В инвестиционно-строительной сфере, как зарубежная, так и отечественная практика, предполагает формирование рейтинговых списков независимыми рейтинговыми агентствами, знакомство с которыми позволяет потенциальным заказчикам, кредиторам, инвесторам понять, какие конкурентные позиции занимает конкретная строительная организация. Построение рейтингов опирается на группы показателей, характеризующих различные аспекты деятельности строительных подрядчиков с соответствующей проверкой фактического состояния заявленных показателей. Как правило, в рейтинговых списках показатели должны быть представлены в динамике, свидетельствующей о развитии организации. Критерии для формирования рейтинговых списков также являются для строительной организации ориентиром для управления своей конкурентоспособностью.

Конкурентоспособность является многоаспектной категорией: чем четче она определена, тем проще создать и реализовать на практике механизм управления конкурентоспособностью хозяйствующего субъекта.

Конкурентоспособность строительной организации определяют как совокупность свойств и характеристик его бизнес-процессов, позволяющих обеспечить эффективность функционирования предприятия на рынке строительной продукции при любых изменениях внешней и внутренней среды [2].

Управление конкурентоспособностью представляет собой комплексный процесс, реализуемый через управленческие функции, такие как организация, планирование, мотивация, учет, анализ, контроль, координация. Непрерывная реализация этих функций при правильном целеполагании позволяет эффективно управлять конкурентоспособностью.

Признавая тот факт, что конкурентоспособность является многоуровневым понятием, ее анализ и оценку необходимо связывать с конкретным конкурентным полем и его состоянием. Требования к субъекту конкуренции меняются в зависимости от уровня конкуренции: макро- мезо- и микроуровень.

На макроэкономическом уровне создаются основные условия функционирования всей хозяйственной системы, включая инвестиционно-строительную сферу. Здесь формируется множество экономических, социальных, политических, технических, технологических, рыночных, международных и других факторов, которые необходимо учитывать конкретной организации, несмотря на то, что эти факторы трудно идентифицировать.

Мезоуровень охватывает регион и содержит факторы, присущие данному региону в силу сложившегося инвестиционного климата, инвестиционной политики, природно-климатических условий, наличия местных источников сырья, уровня доходов населения, демографических характеристик. Для строительной отрасли этот уровень особенно важен из-за локальной закреплённости строительной продукции в месте ее создания, большой зависимости от порядка землепользования.

На микроуровне конкурентоспособность приобретает свою завершённую форму в виде соотношения цены и качества, но невозможность обеспечить баланс между ценой и качеством порождаются факторами макро- и мезоуровней. В силу этого, вырабатывая долгосрочную программу повышения конкурентоспособности конкретной строительной организации, необходимо охватывать все три уровня ее формирования.

Методы оценки конкурентоспособности систематизируются в экономической литературе [3] следующим образом (рис. 1).

Для целей управления конкурентоспособностью необходимо наличие объективного метода измерения конкурентоспособности предприятия. Необходимо вывести наиболее значимые числовые показатели конкурентоспособности, порядок их интегрирования. Поиск измерения качественных характеристик любого объекта, будь это результат или процесс, требует применения определенных принципов. Рассмотрев точки зрения специалистов, обращавшихся в своих исследованиях к данной проблеме [3, 4], нами отобраны наиболее существенные с нашей точки зрения, принципы (табл. 1).

Диагностика проблем конкурентоспособности конкретного хозяйствующего субъекта является отправной точкой для формирования механизма управления конкурентоспособностью. Одним из распространенных подходов к комплексной диагностике конкурентных позиций предприятия является модельный подход, основу которого составляет сравнение показателей конкретного предприятия с идеальной моделью (эталон), обладающей всеми признаками конкурентоспособности [5].



Рис. 1. Методы оценки конкурентоспособности

Таблица 1

**КВАЛИМЕТРИЧЕСКИЕ ТРЕБОВАНИЯ К МЕТОДАМ
ИЗМЕРЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ
ПРОДУКЦИИ И ОРГАНИЗАЦИЙ**

Наименование требований	Суть требований
1. Пригодность	Должен быть способен измерять именно качество
2. Достаточность	Измеренный параметр требует полных измерений и расчетов
3. Надежность	Ошибки при расчетах должны быть минимальными
4. Квантифицируемость	Количественные показатели должны иметь смысловую нагрузку
5. Интегральность	Способен объединить различные параметры объекта в один
6. Индивидуальность	Оценка осуществляется независимо от других объектов
7. Гибкость	Оценка приемлема для всех фаз жизненного цикла производства
8. Нетрудоемкость	Оценка не требует больших затрат труда
9. Оперативность	Возможность быстро получать необходимую информацию
10. Чувствительность	Способность отражать изменения принятых в расчет параметров
11. Сравнимость	Оценки одинаковых объектов должны быть одинаковыми
12. Динамичность	Способность измерять возможную динамику процессов
13. Эффективность	Результаты от оценки должны превышать затраты

Очевидно, что для разных категорий строительных предприятий требования к конкурентоспособности будут различаться, поэтому введено пять групп предприятий с различными объемами подрядных работ:

- с малым объемом работ (от V_0 до V_1);
- с малым объемом работ (от V_1 до V_2);
- со средним объемом работ (от V_2 до V_3);
- с большим объемом работ (от V_3 до V_4);
- с большим объемом работ (от V_4 до V_5).

Конкретные границы объемов в диапазоне от V_0 до V_5 в натуральных или стоимостных показателях определяются на основе изучения информации о реальных объемах, выполняемых строительными организациями региона.

Система показателей (индикаторов) строится для каждой группы предприятий. При определении конкурентоспособности конкретного предприятия определяются отклонения индикаторов от эталона и на основе степени близости отдельных индикаторов к эталону определяется общая оценка близости. Выявленные отклонения позволяют наметить мероприятия по повышению конкурентоспособности с учетом возможных вариантов стратегических решений по усилению конкурентных позиций: выбор варианта определяется на основании определения требуемых ресурсов и ресурсных возможностей организации.

Ряд авторов предлагают конкурентоспособность оценивать коэффициентом конкурентоспособности, определяемым количеством и объемом выигранных тендеров по отношению к общему количеству конкурентных случаев [6, 7]. По нашему мнению, такой подход дает ограниченное представление о проблеме, не обеспечивает диагностику проблем организации в направлении усиления конкурентных позиций. Сторонники интегрального показателя конкурентоспособности предлагают формировать его на основе группы экономических, технических, ресурсных и других показателей [8, 9]. Недостатком данного подхода является отсутствие какого-либо учета требований потребительского рынка:

- доступность цены;
- потребительские свойства строительной продукции;
- гибкие схемы финансирования.

При этом следует учитывать и экономические интересы самой строительной организации.

По мнению некоторых экономистов [10], только рациональное соотношение цены и качества делает продукцию строительного предприятия востребованной на рынке, создает строительному предприятию конкурентные преимущества. Конкурентоспособность строительных предприятий по цене предлагается определять при помощи показателя (K), характеризующего соотношение средних цен предложения (C_{cp}) и внутренней цены предприятия ($C_{вн}$):

$$K = \frac{C_{cp}}{C_{вн}}.$$

Внутренняя цена строительной продукции включает себестоимость и прибыль, обеспечивающую необходимый уровень рентабельности капитала.

Средняя цена строительной продукции определяется на основе анализа рыночной информации.

Важным показателем конкурентоспособности является выполнение договорных обязательств по срокам строительства. Накапливая статистическую информацию о выполнении заданий в плановый срок, можно определить уровень организационно-технологической надежно-

сти (p) возведения объекта или комплекса объектов как вероятность (P) выполнения работ при продолжительности строительства (T), не превышающей продолжительности, заданной условиями контракта (T_n):

$$p = P(T < T_n).$$

Предлагаемый показатель характеризует уровень конкурентоспособности не только строительной продукции, но и самой подрядной организации.

Для выявления наиболее значимых факторов конкурентоспособности Г.Н. Лапиным [8] был применен метод экспертного опроса. В процессе исследования было установлено, что основными факторами являются:

- обеспеченность собственными оборотными средствами;
- прибыль;
- квалификация рабочих основного производства;
- производительность труда рабочих;
- уровень себестоимости.

Многие проблемы строительства отдельных объектов заключаются в необходимости привлечения субподрядчиков, от деятельности которых зависит итоговый результат. В этой связи целесообразно определять показатель общей конкурентоспособности (K_o):

$$K_o = \frac{\sum_{i=1}^n K_{c-ci}}{n} * K_{c-гп},$$

где

K_{c-ci} – статистический показатель конкурентоспособности субподрядчиков;

n – общее количество субподрядных организаций, участвующих в выполнении данного контракта;

i – номер конкретного субподрядчика ($i = 1, ..., n$);

$K_{c-гп}$ – статистический показатель конкурентоспособности генподрядной организации.

По мере роста потребности в проведении подрядных торгов возникает необходимость развития методов оценки конкурентоспособности претендентов. Сравнительная оценка предложений участников торгов, прежде всего, сводится к определению таких технико-экономических показателей, которые максимально учитывают особенности предмета торгов, однозначно отражают требования заказчика и потенциальные возможности подрядчика. Универсального набора показателей для оценки претендентов не существует из-за множества предметов торгов, конкретного набора участников. Однако зарубежный и уже накопленный отечественный опыт позволяют выделить основные показатели [11]:

- продолжительность выполнения заказа;
- качество применяемых строительных материалов и конструкций;
- квалификация работников;
- производственная мощность подрядчика;
- опыт работы в регионе;
- качество проектно-сметной документации;
- гарантийное обеспечение объекта;
- опыт возведения аналогичных объектов;
- платежеспособность;
- рентабельность производства.
- При формировании интегральных показателей конкурентоспособности важна одинаковая направленность воздействия на итоговый показатель. Рекомендуется разбить показатели на два класса [8]:
 - показатели, обладающие свойством обратной зависимости с итоговым обобщенным показателем:
 - продолжительность строительства;
 - стоимость выполнения подряда;

- показатели, обладающие свойством прямой зависимости (качество применяемых строительных материалов, рентабельность производства, качество проектно-сметной документации и другие).

Учитывая особенности строительства как проектно-ориентированного бизнеса, обеспечение конкурентоспособности следует связывать с надежностью реализации отдельных инвестиционных проектов, которая базируется на надежности всех участников производственного процесса, надежности системы управления проектом.

Предварительный отбор претендентов – генподрядчиков на основе оценки конкурентоспособности ($K_{расч}$) на стадии формирования группы участников реализации проектов по критерию сложившегося у них уровня (K) предложено осуществлять по следующему алгоритму:

- формирование исходных данных по потенциальным генподрядчикам на участие в проекте;
- расчет критериальных показателей и формирование оценочной матрицы для принятия решения;
- отбор вариантов с наиболее высокими общими и частными показателями K_c с учетом конкретных условий проекта;
- окончательный выбор.

При этом автор принимает условность, что:

$$K_c = f(H_{стам}), K_{расч} > K_c,$$

где K_c – статистический показатель конкурентоспособности [8].

Субподрядные организации отбираются с учетом сформировавшихся укрупненных комплексов субподрядных работ по такому же алгоритму.

Стоимость строительной продукции является одним из критериев конкурентоспособности. Тенденции, присущие современному состоянию инвестиционно-строительной сферы, характеризуются ростом сметной стоимости строительства. В качестве главных факторов, сформировавших эти тенденции, следует рассматривать рост цен на строительные материалы, цен на земельные ресурсы и другие. В этой связи назревает необходимость разработки концепции и механизмов снижения роста цен на строительную продукцию с использованием имеющихся резервов снижения стоимости.

В числе организационно-экономических проблем, решение которых будет способствовать оптимизации стоимости строительства, относят следующие [12]:

- разработка механизмов определения оптимальной сметной стоимости строительства объектов, при которой достигается максимальный эффект в сфере строительства и эксплуатации объектов;
- разработка механизмов повышения точности и достоверности прогнозных расчетов сметной стоимости строительства в зависимости от типов объектов, регионов, отраслевой направленности;
- переход от затратного к рыночному ценообразованию на основе достоверности расчетов, конкурсного отбора субподрядчиков и поставщиков ресурсов;
- повышение эффективности деятельности инвесторов, застройщиков и заказчиков по конкурсному отбору исполнителей конкретного контракта, включая проектные, строительные, консалтинговые организации, поставщиков ресурсов;
- совершенствование методов прогнозируемой сметной стоимости при полном или частичном отсутствии проектной документации.

Предложения указанных авторов [12] ориентированы на повышение эффективности инвестиционно-строительной сферы в целом. К организационно-экономическим проблемам, решение которых позволит повысить эффективность деятельности строительных организа-

ций как хозяйствующих субъектов за счет снижения сметной стоимости следует отнести:

- повышение контроля качества проектно-сметной документации;
- конкурсный отбор проектных организаций;
- конкурсный отбор субподрядчиков;
- конкурсный отбор поставщиков ресурсов;
- анализ отклонений фактических затрат от сметных по построенным объектам;
- снижение затрат на ресурсы в строительстве;
- нормирование расходов основных ресурсов и труда;
- применение инновационных технологий и материалов;
- вариантное проектирование;
- переподготовка сметчиков.

Объектами управления при обеспечении конкурентоспособности является продукция, текущий денежный поток, финансовые результаты, реинвестированная прибыль, активы. Чтобы преобразовать строительные организации с целью повышения конкурентоспособности, требуется осуществить преобразование в организации маркетинговых, производственно-технологических, финансово-экономических, снабженческих и других бизнес-процессов на всех уровнях управления. Для целей управления объект должен быть представлен набором показателей и их нормативных значений. Конкретные мероприятия по реструктуризации зависят от степени расхождений между реальным и желаемым состоянием.

Типичной для предприятий инвестиционно-строительной сферы является ситуация, когда горизонт управления сужается до текущего и оперативного. Однако строительное предприятие, не имеющее рыночной стратегии, обеспечивающей рост и развитие бизнеса, необходимо имеет как следствие падения рейтинга, потерю заказчиков, невозможность участвовать в торгах из-за несоответствия требованиям к предварительной квалификации претендентов.

Требования к росту конкурентоспособности строительных организаций и выбор конкретных мероприятий зависит от характеристик рынка строительных работ, типа и силы конкуренции. Для целей анализа вводятся определенные ограничения, в частности, рассматривается рынок по видам строительной продукции (жилищное строительство, производственное строительство и т.д.), а также по регионам страны. Сила конкуренции прямо пропорциональна числу фирм на рынке при прочих равных условиях. Наряду с этим следует учитывать и степень неравенства фирм. Степень концентрации рыночных долей различных участников рынка может определяться различными методами [13]. Уровень концентрации m фирм определяется суммой самых больших долей в отрасли:

$$R_m = \sum_{i=1}^m a_i.$$

Индекс Херфиндала наиболее распространен, и он дает более достоверные относительно других методов результаты, если неизвестны доли рынка малых компаний:

$$R_H = \sum_{i=1}^m a_i^2.$$

Индекс энтропии определяется суммой произведений рыночных долей на их логарифмы:

$$R_e = \sum_{i=1}^n a_i \lg a_i.$$

Анализ коэффициентов концентрации очень важен для управления конкурентоспособностью отдельного предприятия, поскольку концентрация связана с до-

ходностью отрасли, способна оказывать влияние на доходность.

В оценке конкурентоспособности важно определить цели предприятия в отношении конкурентоспособности: интересуют строительные предприятия уровень конкурентоспособности для данного сегмента рынка либо оно стремится расширить свой сегмент, увеличить долю рынка. При проведении подрядных торгов организаторы, как правило, учитывают опыт строительных предприятий, на строительстве аналогичных объектов, т.е. по сути ограничивают его деятельность сегментом рынка по типу строительной продукции. При построении рейтинговых списков показываются характеристики строительных предприятий, которые позволяют ему быть востребованным и в других сегментах рынка, как по территориальному признаку, так и по типу строительной продукции.

Конкурентоспособность является не абсолютной, а относительной характеристикой, ее оценка зависит от конкурентоспособности отрасли и отдельных хозяйствующих субъектов типа конкуренции. Поэтому вполне логично, что для оценки конкурентоспособности применяют методики рейтинговой оценки.

Учитывая требования к конкурсному отбору претендентов, строительная организация формирует свои системы управления конкурентоспособностью. В процессе торгов претенденты могут сравниваться друг с другом, что целесообразно с позиций поиска эффективного подрядчика, а также с нормативными показателями, установленными тендерным комитетом. В последнем случае поиск эффективного подрядчика более вероятен, так как нормативы постоянно пересматриваются с учетом современных тенденций экономики, факторов внешней среды, способных оказывать влияние на деятельность строительных предприятий.

Система критериев оценки конкурентоспособности строительных предприятий различна для целей проведения торгов и для целей формирования рейтинговых списков, что следует учитывать строительным предприятиям при формировании систем управления конкурентоспособностью. В систематизированном виде особенности – систем оценки состоят в следующем. Для целей торгов текущее финансовое состояние предпочтительнее прогнозных значений и ретроспективных показателей. Распределение весовых коэффициентов по группам показателей оказывает существенное влияние на результат оценки оферт, а при формировании рейтинговых списков, как правило, не применяется.

В оценке оферт система критериев должна отражать цели заказчика, в то время как круг пользователей информации рейтинговых списков должен быть более обширным. Высокие объемные показатели в формировании рейтинговых списков означают наличие мощностей, высокую долю рынка; в оценке оферт это требует более глубокого анализа возможности взять на себя дополнительные объемы работ.

Система показателей финансового состояния должна характеризовать все аспекты финансового состояния и, в тоже время, не следует загружать ее излишней детализацией. В частности, вполне отвечает требованиям система, включающая следующие показатели [14]:

- коэффициент обеспеченности собственными средствами;
- коэффициент покрытия;
- интенсивность оборота авансированного капитала;

- соотношение прибыли и выручки от продаж продукции;
- коэффициент рентабельности собственного капитала.

Ужесточение требований к деятельности хозяйствующих субъектов на рынке строительных работ вносит дополнительные требования к их финансовому состоянию. в частности, постановление Правительства РФ от 21 апреля 2006 г. №233 Положение о требованиях к размеру собственных денежных средств застройщика, порядке расчета размера этих средств, а также нормативах оценки финансовой устойчивости деятельности застройщика. Документ частично определяет нормативную базу для оценки финансовой устойчивости деятельности застройщиков. В частности, минимальный размер собственных денежных средств застройщика должен составлять не менее 7% от суммы средств, привлеченных на основе договоров участия в долевом строительстве.

Оценка финансовой устойчивости осуществляется по следующим нормативам (табл. 2).

Таблица 2

НОРМАТИВЫ ОЦЕНКИ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ

Показатель	Порядок расчета	Норматив
Норматив обеспеченности обязательств	Сумма активов застройщика / сумма обязательств по договорам участия в долевом строительстве	≥ 1
Норматив целевого использования средств	Сумма активов застройщика, не связанных со строительством / сумма обязательств за минусом обязательств по договорам участия в долевом строительстве	≤ 1
Норматив безубыточности	Количество лет из последних трех лет, когда у застройщика отсутствовали убытки	≥ 1

Расчет размеров собственных денежных средств и показателей финансовой устойчивости производится самим застройщиком в соответствии с инструкцией, утверждаемой Федеральной службой по финансовым рынкам по согласованию с Минфином РФ. Расчет размера собственных денежных средств и нормативов оценки финансовой устойчивости по показателям обеспеченности обязательства целевого использования средств осуществляется ежеквартально, а по безубыточности – ежегодно.

Для целей внутрифирменного управления конкурентоспособностью отдельной строительной организации проблема поиска базы для сравнений не всегда бывает однозначно определенной. В качестве эталонного строительного предприятия для сравнений могут быть как реально существующий (признанный лидер с максимальной долей рынка), так и искусственно смоделированное с помощью системы значимых для оценки конкурентоспособности показателей. Возможно применение среднеотраслевых значений показателей.

Очевидно, что для целей внутрифирменного анализа система показателей должна быть максимально детализированной. Но в данном случае задача осложняется ограниченными возможностями получения информации о конкурентах.

Важнейшим показателем конкурентоспособности является соблюдение договорных сроков строительства объекта. В этом заинтересованы заказчики и сами подрядчики, поскольку достаточно динамичный рост цен на факторы производства неизбежно приводит к превышению фактических затрат над сметной стоимостью.

В некоторых трудах в системе управления конкурентоспособностью авторы выделяют конкурентоспособность менеджмента и конкурентоспособность деятельности [15]. К показателям конкурентоспособности менеджмента авторы относят показатели, характеризующие:

- структуру управления;
- культуру управления;
- технологию управления;
- функции управления;
- цели менеджмента;
- принципы менеджмента.

К показателям конкурентоспособности деятельности относятся показатели:

- финансовой деятельности;
- бытовой деятельности;
- инвестиционной деятельности;
- инновационной деятельности;
- стратегическое управление;
- антикризисное управление.

Модель Розенберга основана на гипотезе, что потребители оценивают товар с позиций его пригодности для удовлетворения определенных потребностей:

$$A_j = \sum_{i=1}^n V_i \dots I_{ij},$$

где

A_j – субъективная пригодность товара (отношение к товару);

V_j – важность мотива для потребителя;

I_{ij} – субъективная оценка пригодности товара для удовлетворения мотива i .

Недостатком метода является отсутствие сравнительных измерений с каким-либо товаром, более привлекательным с позиций потребительских характеристик.

Этот недостаток в определенной мере устраняет модель идеальной точки, где потребительская оценка делается следующим образом.

$$Q_j = \sum_{k=1}^n W_k |B_{jk} - J_k|^r,$$

где

Q_j – оценка потребителями товара j ;

W_k – важность характеристики K , ($K = 1, \dots, n$);

B_{jk} – оценка характеристики K товара j с точки зрения потребителя;

J_k – идеальное значение характеристики K марки J с точки зрения потребителя;

r – параметр, означающий при $r = 1$ постоянную, а при $r = 2$ – убывающую пользу.

Товар предпочтительнее другого, если его удаление от идеальной точки меньше.

Конкурентоспособность товара – это ее свойства, имеющее различные уровни. Уровень конкурентоспособности является относительной характеристикой, выражающей степень предпочтения товара конкретного производителя относительно аналогичных товаров. Критерием конкурентоспособности является относительная доля продаж (B_{oi}) по сравнению с конкурентами:

$$B_{oi} = \frac{M_o}{M_o + M_i},$$

где

M_o – объем продаж данного товара за определенный период;

M_i – объем продаж товара-конкурента за аналогичный период.

Интегральный показатель конкурентоспособности товара формируется на основе системы показателей, характеризующих отдельные потребительские свойства продукции:

$$K = \sum_{i=1}^n a_i Q_i,$$

где n – число оцениваемых параметров;

a_i – вес отдельного параметра в обобщающей оценке;

Q_i – показатель конкурентоспособности по i -му параметру

$$Q_i = \frac{P_i}{P_{io}},$$

где P_i – значение i -го параметра товара;

P_{io} – эталонное значение i -го параметра.

При $K=1$ анализируемый товар равнозначен товару-аналогу, выбранному в качестве эталона; при $K > 1$ – превосходит его; при $K < 1$ уступает по каким-либо потребительским характеристикам товару-аналогу.

Литература

1. Рахман И.А., Терентьев А.Р. Корпоративное управление как фактор конкуренции. // Экономика строительства. – 2005. №4.
2. Верстина Н.Г., Еленева Ю.Я. Обеспечение конкурентоспособности строительного предприятия на основе стоимостного подхода к их реструктуризации. // Экономика строительства. – 2004. – №3.
3. Азгальдов Г.Г. Теория и практика оценки качества товаров (основы квалиметрии). – М.: Экономика, 1982.
4. Фасхиев А., Полова Е.В. Как измерить конкурентоспособность предприятия. // Маркетинг в России и за рубежом: 2003 – №4 (36).
5. Мелехин В.Б., Халимбеков Х.З., Хархаров А.М., Чамаев Ш.З. Модельный подход к комплексной оценке конкурентоспособности строительного предприятия. // Экономика строительства. – 2006. – №3.
6. Гумба Х.М. Выбор методов управления конкурентоспособностью строительных организаций. // Экономика строительства. – 1999. – №6.
7. Яичников Е.А. Оценка конкурентоспособности строительной фирмы. // Экономика строительства. – 1997. – №5.
8. Лапин Г.Н. Оценка конкурентоспособности строительных компаний. // Экономика строительства. – 2000. – №7.
9. Лапин Г.Н., Хамхопов Р.М. Оценка конкурентоспособности строительного предприятия. // Экономика строительства. – 1999. – №6.
10. Перухин А.М. Критерии и показатели оценки конкурентоспособности строительных организаций. // Экономика строительства. – 2003. – №5.
11. Резниченко В.С., Резник А.И. Многокритериальный отбор претендентов и оценка предложений участников подрядных торгов. // Экономика строительства. – 1997. – №5.
12. Резниченко В.С., Ленинцев Н.Н., Мизюн В.А. Организационно-экономические проблемы и механизмы снижения сметной стоимости строительной продукции. // Экономика строительства. – 2003. – №2.
13. Шерер Ф.М., Росс Д. Структура отраслевых рынков. / Пер. с англ. – М.: ИНФРА-М, 1997.
14. Шеремет А.Д., Сайфулин Р.С., Негашев Е.В. Методика комплексного финансового анализа. – М.: ИНФРА-М, 2001.
15. Чаплина А., Войцеховская И. Конкурентоспособность как интегральный показатель эффективности предприятия. // Проблемы теории и практики управления. – 2006. – №3.

Савельева Нелли Александровна

Боднар Владимир Алексеевич

РЕЦЕНЗИЯ

Усиление конкуренции на рынке подрядных строительных работ требует от строительной организации развития внутрифирменных механизмов управления конкурентоспособностью. Рассматривая управление конкурентоспособностью как постоянный и планомерный процесс, авторы раскрывают важнейшие аспекты его реализации, затрагивая наиболее актуальные проблемы. В частности, рассматриваются различные уровни конкурентоспособности, состояние которых оказывает влияние на требования к конкурентным преимуществам конкретного хозяйствующего субъекта: макро- мезо- и микроуровень.

В представленном материале просматривается глубокий анализ сформировавшихся подходов, принципов, методов и критериев оценки конкурентоспособности в двух разрезах: конкурентоспособность строительной продукции и конкурентоспособность строительной организации как хозяйствующего субъекта.

Диагностика проблем конкурентоспособности является отправной точкой для поиска резервов и разработки конкретных управленческих мероприятий как краткосрочного, так и долгосрочного характера. Совершенно справедлива точка зрения, что требования к конкурентоспособности и методики ее измерения различаются для организаций разного масштаба деятельности, так как и доли рынка, и виды сооружаемых объектов, и ресурсный потенциал для них будут различными. Как недостаток следует отметить, что дальнейшего развития в материалах статьи эта идея не нашла.

Авторам удалось раскрыть проблему многогранно, учитывая необходимость каждой организации иметь конкурентный потенциал для участия в конкурсном отборе, для получения заказов на свободном рынке, приобретать рыночную привлекательность для потенциальных инвесторов. Правильно, по нашему мнению, сделал акцент на таких важных характеристиках конкурентоспособности как цена строительной продукции и продолжительность строительства. Представленный материал содержателен, изложен научным языком и может быть рекомендован к публикациям в открытой печати.

Недостатком считаем отсутствие примера применения методик хотя бы для двух строительных организаций одинакового масштаба и профиля строительства.

Лакишин М.И., к.э.н., профессор, зав. кафедрой менеджмента в градостроительстве, архитектуре и искусстве, Институт архитектуры и искусства Южного федерального университета

3. FINANCIAL ANALYSIS

3.1. ANALYTICAL TOOLS FOR MANAGEMENT OF COMPETITIVENESS OF BUILDING ORGANIZATION

N.A. Savelieva, Doctor of Science (Economic), the Professor of Chair of Marketing and Logistics;
V.A. Bodnar, Competitor

Rostov State Building University

The article contains the main methods of competitive analysis of building products and construction organizations economic entities. The author goes into competitive management problems, which are peculiar to the modern economic affairs in investment and construction field.