

УДК 339.138: 69.009

## УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРОДУКЦИИ СТРОИТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Руденок О.В., Руднева Л.Н.

ФГБОУ ВПО «Тюменский государственный нефтегазовый университет»,  
Тюмень, e-mail: rudenook@mail.ru; ln.rudneva@mail.ru

Приведен обзор существующих подходов к управлению конкурентоспособностью продукции строительных организаций. Предложено авторское определение понятия «управление конкурентоспособностью строительной продукции», сформирован подход к формированию системы управления конкурентоспособностью продукции. Представлена авторская модель системы управления конкурентоспособностью строительной продукции с учетом влияния конкурентообразующих факторов и созданных в экономике условий ее формирования, которая может быть полезна для формирования систем эффективного управления конкурентоспособностью продукции на уровне как отдельной строительной организации, так и отраслевых, местных и региональных органов управления, способных влиять на повышение уровня конкурентоспособности строительной продукции на локальном рынке. Представленная оценка конкурентоспособности продукции, следующая, как правило, за комплексным анализом рыночной ситуации, необходима для выработки оптимальных управленческих решений при оценке перспектив строительной организации в реализации своей продукции; установлении и корректировке цен на предлагаемую продукцию; контроле качества продукции.

**Ключевые слова:** модель управления конкурентоспособностью продукции, конкурентоспособность, система управления, строительная продукция, управление

## MANAGEMENT OF COMPETITIVENESS OF PRODUCTION OF THE CONSTRUCTION ORGANIZATIONS

Rudenok O.V., Rudneva L.N.

Tyumen State Oil and Gas Institute, Tyumen, e-mail: rudenook@mail.ru; ln.rudneva@mail.ru

In the article an overview of existing approaches to the management of competitiveness of production of construction organizations. The author suggests the definition of «management of competitiveness of building products», formed their own approach to forming a system of management by competitiveness of the construction products. Author's model of the management system competitiveness of the construction product with the influence of both internal and external factors shaping the competitiveness of products. This model can be useful for the formation of effective management of competitiveness of production on the level of individual construction companies, and at the level of sectoral, local and regional authorities, which are able to influence the improving competitiveness of the construction products on the local market. The estimates presented competitiveness of products, next, as a rule, complex analysis of the market situation, it is necessary to develop optimal management decisions when assessing the prospects of a construction company in the sale of its products; setting and adjusting prices for the products offered; product quality control.

**Keywords:** competitiveness, management system, model of management of competitiveness of production, construction products, management

В современных условиях строительная продукция превратилась в товар, реализуемый на рынке, и ее стоимость формируется с учетом рыночного спроса и предложения. При этом практически ни одна из особенностей строительной продукции не создает преимуществ для успешного функционирования ее на рынке, а лишь делает проблемы строительных фирм многоаспектными и более сложными [9, 10]. Поэтому решающим фактором коммерческого успеха строительной продукции на конкурентном рынке является ее способность быть конкурентной. Потребитель формирует основные требования, предъявляемые к строительной продукции, которая, в первую очередь, должна быть доступной по цене, надежной и современной, т.е. конкурентоспособной. В нашем понимании конкурентоспособность строительной продукции – это обобщенное свойство строительной продукции, характеризующее

степень ее соответствия существующим требованиям *конкретного сегмента* рынка и позволяющее в конкурентной борьбе с аналогичными объектами как нового, так и вторичного рынка недвижимости привлекать новых и удерживать существующих потребителей через совокупность отличительных частных свойств в течение всего жизненного цикла объекта строительства. Степень такого соответствия определяется влиянием конкурентообразующих факторов и созданными в экономике *условиями формирования конкурентоспособности продукции*. При этом руководство фирмы может только ориентироваться в своей работе на созданные в экономике *условия формирования* конкурентоспособности продукции, а на конкурентообразующие факторы может и должен оказывать свое влияние. Для этого необходимо иметь эффективную систему управления конкурентоспособностью продукции.

Под управлением конкурентоспособностью продукции подавляющая часть авторов понимают процесс планирования, формирования, содержания и наращивания конкурентных преимуществ продукции с целью повышения уровня конкурентоспособности продукции или удерживания его на запланированном уровне [2, 6, 7]. На наш взгляд, наиболее подходящей трактовкой понятия «управление конкурентоспособностью продукции» является определение Собецкой Г. [15], которая отмечает, что «под управлением конкурентоспособностью продукции следует понимать процесс планирования, обеспечения необходимого уровня и повышения конкурентоспособности продукции с помощью целеустремленного влияния на условия и факторы, которые формируют конкурентоспособность». В нашем понимании управление конкурентоспособностью строительной продукции – циклический процесс чередования общих функций управления конкурентоспособностью продукции, направленный на обеспечение наилучшего удовлетворения требований потребителей в условиях влияния конкурентообразующих факторов и созданных в экономике *условий формирования конкурентоспособности продукции* через опосредованное управление проектированием, созданием и продвижением *строительной продукции на рынок при оптимальном использовании имеющихся ресурсов*.

Обеспечение конкурентоспособности продукции является очень сложным процессом, и решение данной проблемы возможно лишь на основе формирования целостной системы управления. Большинство ученых сходятся во мнении, что система управления конкурентоспособностью продукции является одной из подсистем управления производством, и поэтому ее построение должно опираться на общие принципы системы управления в целом. Система управления конкурентоспособностью, по мнению Михайловой Ю.Б. [5], должна быть «составной частью системы управления организации».

Ввиду того, что обеспечение конкурентоспособности строительной продукции является очень сложным процессом, возникает потребность в применении к управлению конкурентоспособностью различных научных подходов [3]. В теории управления существует целый ряд научных подходов к формированию систем управления, которые в той или иной мере могут быть применимы в процессе управления конкурентоспособностью. Для разработки конкретных систем управления конкурентоспособностью продукции используют различные сочетания данных подходов. Проведенное

исследование показало наличие различных взглядов на решение проблемы формирования системы управления конкурентоспособностью продукции, однако большинство исследователей сходятся во мнении, что существующие подходы к формированию системы управления должны использоваться в сочетании, и определяющим должен быть системный подход [6]. Несмотря на единство мнений в использовании системного подхода в качестве основного в управлении конкурентоспособностью продукции, существуют и другие мнения [1, 4, 8]. На наш взгляд, при формировании системы управления конкурентоспособностью строительной продукции необходимо использовать сочетание целевого, процессного, структурного и маркетингового подходов. Взаимодействие данных подходов позволит сформировать эффективную систему управления конкурентоспособностью строительной продукции (рисунок).

Как известно, значительные резервы повышения эффективности функционирования строительных организаций заложены во внутреннем механизме управления конкурентоспособностью конечной строительной продукции, обеспечивающим способность адаптироваться к быстроменяющейся внешней и внутренней среде. Поэтому важным моментом формирования системы управления конкурентоспособностью строительной продукции является создание эффективного организационно-экономического механизма управления, представляющего совокупность организационных, правовых и экономических методов и рычагов, которые во взаимодействии обеспечивают использование экономических законов, закономерностей для достижения поставленных целей, эффективной реализации целей. Данный механизм необходим для приведения в действие и обеспечения стабильного функционирования системы управления. Основу действия такого механизма должна составлять увязка целей и задач системы управления с методами, средствами достижения целей и управленческими решениями, которые являются элементами управления [7].

Ключевыми элементами системы управления конкурентоспособностью строительной продукции должны быть, по нашему мнению, оценка фактического уровня конкурентоспособности продукции в сравнении с основными конкурентами на рынке, определение инструментария повышения конкурентоспособности продукции и оценка результативности управления конкурентоспособностью продукции. Стоит отметить, что специфика управления конкурентоспособностью строительной

продукции заключается в том, что качество реализации функции планирования, в том числе объективный комплексный анализ рынка строительной продукции, оценка уровня ее конкурентоспособности по отношению к конкурентам в наибольшей мере влияет на результативность управления. Оценка конкурентоспособности продукции, следующая, как правило, за ком-

плексным анализом рыночной ситуации, необходима для выработки оптимальных управленческих решений [12, 14] при оценке перспектив строительной организации в реализации своей продукции; установлении и корректировке цен на предлагаемую продукцию; контроле качества продукции; подготовке рекламной информации; оптимизации продуктового портфеля.



Модель системы управления конкурентоспособностью строительной продукции

На современном этапе развития рынка конечной строительной продукции жизненно необходим учет запросов рынка в целом и потребителей в отдельности [11, 13]. С точки зрения основных потребителей, управление конкурентоспособностью конечной строительной продукции невозможно без постоянного мониторинга демографической ситуации и уровня доходов потребителей. При этом не следует забывать и о влиянии созданных в экономике условий на обеспечение устойчивой конкурентоспособности строительной продукции. Обеспечение и поддержание конкурентоспособности строительной продукции во многом обусловлены экономико-географическим положением, инвестиционным, финансовым, трудовым потенциалом региона и города расположения строительной организации. Кроме того, при оценке и управлении конкурентоспособностью данного вида продукции необходим учет экономических, правовых, экологических, а также социально-демографических факторов в регионе. Таким образом, предложенная модель управления конкурентоспособностью стро-

ительной продукции может быть полезна для формирования систем эффективного управления конкурентоспособностью продукции на уровне как отдельной строительной организации, так и отраслевых, местных и региональных органов управления, способных влиять на повышение уровня конкурентоспособности строительной продукции на локальном уровне.

### Список литературы

1. Аблязова С.А. Механизм управления конкурентоспособностью винопродукции // Культура народов Причерноморья/Крымский научный центр Национальной академии наук Украины (Симферополь), Таврический нац. ун-т им. В.И. Вернадского (Симферополь), Межвузовский центр «Крым» (Симферополь). – Симферополь: Межвузовский центр «Крым». – 2006. – № 85. – С. 10–13.
2. Карпюк В.П. Управление конкурентоспособностью продукции // Вестник ЖДТУ. – 2009. – № 4 (50). – С. 209–213.
3. Краснова М.И. Особенности конкуренции на современных товарных рынках/ Актуальные проблемы развития современного общества: материалы международной научно-практической конференции / под ред. Н.Р. Насыровой. – Тюмень: ТюмГНГУ, 2011. – С. 161–165.
4. Лещенко П.И. Логистика и конкурентоспособность строительной продукции: значение, взаимосвязь понятий // Научные стремления-2011: сборник материалов Междуна-

родной научно-практической конференции молодых ученых. Т. 2 / Совет молодых ученых Национальной академии наук Беларуси. – Минск: Белорусская наука, 2011. – 1158 с.

5. Михайлова Ю.Б. Управление конкурентоспособностью предприятия // Конкурентоспособность экономики России: проблемы и пути повышения: сборник научных статей. – СПб.: Институт бизнеса и права, 2012. Интернет-ресурс: <http://www.ibl.ru/konf/120412/index.shtml>.

6. Нагорская М.Н., Подсмашная И.Н. Теоретические основы управления конкурентоспособностью // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского Серия «Экономика и управление». Том 22 (61). – 2009 – № 2. – С. 219–228.

7. Полякова А.Г., Кузнецов Д.И. Стратегические аспекты обеспечения конкурентоспособности экономической системы региона // Интеллект. Инновации. Инвестиции. – 2012. – № 1. – С. 40–43.

8. Прохорова А.И. Оценка внешней среды, как основа информационно-аналитической поддержки процесса управления конкурентоспособностью предприятия сферы услуг // Экономика, государство и общество в XXI веке: материалы Международной научно-практической конференции в рамках VIII Румянцевских чтений. – М.: Изд-во РГТЭУ, 2010. – С. 29–32.

9. Руденок О.В. Вопросы оценки конкурентоспособности продукции строительных организаций // Актуальные проблемы науки в России: материалы Международной научно-практической конференции Т. 1. – Кузнецк: КИИУТ, 2008. – С. 130–138.

10. Руденок О.В. Вопросы оценки конкурентоспособности продукции строительных организаций // Известия вузов. Социология. Экономика. Политика. – 2009. – № 2. – С. 49–52.

11. Руденок О.В. Оценка конкурентоспособности строительной продукции исходя из предпочтительных характеристик потенциальных потребителей // Российское предпринимательство. – 2009. – № 2. – С. 72–77.

12. Руденок О.В. Методические аспекты разработки управленческих решений по повышению конкурентоспособности продукции строительных организаций // Материалы XII международной научно-практической конференции, г. Москва, 11 октября 2013 г. / Науч.-инф. издат. центр «Институт стратегических исследований». – М.: Изд-во «Спецнига», 2013. – С. 29–36.

13. Руденок О.В., Руднева Л.Н. Потребительские предпочтения населения нефтегазового региона на рынке жилья // Нефть и газ Западной Сибири: материалы Всероссийской научно-технической конференции. Т. 3. – Тюмень: ТюмГНГУ, 2007. – С. 395–398.

14. Руденок О.В., Руднева Л.Н. Конкурентоспособность продукции: вопросы методики управления // Известия вузов. Социология. Экономика. Политика. – 2012. – № 3. – С. 15–17.

15. Сабецкая Г. Ринкова модель конкурентоспособности продукции // Маркетинг. – 2006. – № 1(86). – С. 29–33.

## References

1. Aplyazova S. A. Mekhanizm of management of competitiveness of vinoproduktion / Page of A. Aplyazov // Culture of the people of Black Sea Coast: scientific magazine / Crimean scientific center of National academy of Sciences of Ukraine (Simferopol), the Taurian national. Un-t of V.I. Vernadsky (Simferopol), the Interuniversity center «Crimea» (Simferopol). Simferopol: Interuniversity center «Crimea». 2006. no. 85. pp. 10–13.

2. Karpyuk V.P. The ZhDTU Bulletin, 2009. no. 4 (50). pp. 209–213.

3. Krasnova M.I. Features of the competition in modern commodity markets/ Actual problems of the modern soci-

ety: materials of International scientific-practical conference/ Ed. by E.G. the seafront nazarovoy. Tyumen: TSOGU, 2011. pp. 161–165.

4. Leshchenko P.I. Logistika and competitiveness of construction production: value, interrelation of concepts // The collection of materials of the International scientific and practical conference of young scientists «Scientific aspirations 2011». Vol. 2 / Council of young scientists of National academy of Sciences of Belarus. Minsk: Belarusian science, 2011. 1158 p.

5. Mikhailova Yu.B. Management competitiveness of company // Collection of scientific articles «Competitiveness of the Russian economy: problems and ways of improvement», SPb.: Institute of business and law, 2012. Internet site: <http://www.ibl.ru/konf/120412/index.shtml>.

6. Nagorskaya M.N., Podsmashnaya I.N. theoretical bases of management of competitiveness // Scientific notes of Taurian national university of V.I. Vernadsky the Economy and Management Series. Vol. 22 (61). 2009 no. 2. pp. 219–228.

7. Polyakova A.G. Kuznetsov D.I. Strategic aspects of the competitiveness of the economic system of a region Intellect. Innovations. Investments. 2012. no. 1. pp. 40–43.

8. Prokhorova A.I. Assessment of environment, as basis of information and analytical support of management of competitiveness of the enterprise of a services sector. Materials of the International scientific and practical conference «Economy, the State and Society in the XXI Century» within the VIII Rummyantsevsky readings. M., RGTEU Publishing house. 2010.

9. CRudenok O.V. The questions of estimation of competitiveness of production of building organizations // Materials of International scientific-practical conference «Actual problems of science in Russia» 1 So. Kuznetsk: CIIT, 2008. pp. 130–138.

10. Rudenok O.V. Izv. Sociology. Economy. Policy. 2009. no. 2. pp. 49–52.

11. Rudenok O.V. Assessment of competitiveness of construction production proceeding from preferable characteristics of potential consumers//the Russian business. 2009. no. 2. pp. 72–77.

12. Rudenok O.V. Methodological aspects of development of administrative solutions on increase of competitiveness of production of construction organizations // proceedings of the XII international scientific-practical conference , Moscow, October 11, 2013 / Nauch.-INF. Izdat. center «Institute of strategic studies». Moscow: Publishing house «Specchia», 2013. pp. 29–36.

13. Rudenok O.V., Rudneva L.N. Consumer preferences of the population of the oil and gas region in the housing market // Materials of all-Russian scientific-technical conference «Oil and gas in Western Siberia» 3 So. Tyumen: TSOGU, 2007. pp. 398.

14. Rudenok O.V., Rudneva L.N. News of higher education institutions. Sociology. Economy. Policy. 2012. no. 3. pp. 15–17.

15. Sabetskaya G. Market model of competitiveness of production // Marketing. 2006. no. 1(86). pp. 29–33.

## Рецензенты:

Килин П.М., д.э.н., профессор, профессор кафедры экономики, организации и управления производством, ФГБОУ ВПО «Тюменский государственный нефтегазовый университет», г. Тюмень;

Чижишева Н.М., д.э.н., профессор, заведующая кафедрой менеджмента, ФГБОУ ВПО «Тюменский государственный архитектурно-строительный университет», г. Тюмень.

Работа поступила в редакцию 11.04.2014.