



УДК 65.011.44

## ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ КОНКУРЕНТНОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ПРОМЫШЛЕННОСТИ СТРОИТЕЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ

**Н.В. ПОЛУЯНОВА**

*Белгородский государственный  
технологический  
университет  
им. В.Г. Шухова  
г. Белгород*

*e-mail:  
n-v-p@list.ru*

Выделены подходы к определению понятия «конкурентная устойчивость». Рассмотрена возможность применения существующих способов для оценки конкурентной устойчивости. Предложен авторский подход для оценки уровня конкурентной устойчивости предприятия промышленности строительных материалов.

Ключевые слова: конкурентная устойчивость, конкурентоспособность предприятия, промышленность строительных материалов.

Основной чертой современной экономики является ориентация на знания, что порождает необходимость в качественно новом уровне менеджмента предприятий, направленном на ускорение темпов адаптации к внешней среде и повышение устойчивости, в том числе конкурентной.

Исследование проблематики определения устойчивости позволило отметить существование различий в понимании базовой терминологии. Так, определяя устойчивость как «относительную неизменность основных параметров территориальной социально-экономической системы и ее способность сохранять их в заданных пределах при отклоняющих влияниях извне», А.Л. Гапоненко и А.П. Панкрухин отмечают, стремление устойчивой организации к развитию и саморегуляции [3]. И. Ансофф также считает свойством устойчивости способность сохранять системные свойства при изменениях внешних и внутренних факторов [1]. А.В. Шмидт вводит иное свойство устойчивого предприятия, связанное с возможностью достигать намеченные результаты [7]. На наш взгляд, понимание свойств устойчивости зависит от ее типа, поскольку в литературе выделяют различные типы устойчивости: экономическую, финансовую, техническую, рыночную, конкурентную и др. В этой связи необходимо констатировать, что концепция конкурентной устойчивости является относительно молодой, хотя она нашла отражение в трудах ряда ученых, что позволило систематизировать подходы к описанию сущности конкурентной устойчивости:

1. **Позиционный подход** рассматривает изучаемую категорию в связке с понятием «конкурентная позиция». В конкурентной устойчивости предприятия, трактуемой как его способность к развитию и укреплению конкурентных позиций, выделяется три составляющих: экономическая; рыночная; финансовая [4]. Встречается также термин «устойчивость конкурентной позиции», характеризующий способность сохранять и воспроизводить количественные и качественные параметры рыночной позиции в течение определенного периода времени [6]. Другими словами, конкурентная устойчивость в данном подходе – категория динамическая, так как отражает количественные изменения конкурентных преимуществ.

2. **Статичный подход**, в котором устойчивость связывается со стабильностью предприятия, его способностью поддерживать в долгосрочном периоде индивидуальную конкурентоспособность.

3. **Технический подход** определяет устойчивость через пределы равновесия системы.

4. **Вероятностный подход** оценивает устойчивость по степени вероятности банкротства или кризиса на предприятии.

Ни один из приведенных подходов, на наш взгляд, не дает системного описания конкурентной устойчивости. Поэтому предлагается определять ее как способность предприятия обеспечивать соответствие темпов своего развития темпам рыночных изменений, обеспечиваемое трудно копируемым конкурентным преимуществом. При этом необходимо учитывать, что конкурентная устойчивость является динамической характеристикой, обеспечивающей стабильность предприятия во временном плане. Актуальность проблематики конкурентной устойчивости для промышленности строительных материалов



можно объяснить необходимостью эффективного управления производственными, экономическими и рыночными факторами с целью повышения конкурентоспособности предприятий в глобализирующейся экономике. Промышленность строительных материалов (ПСМ) сегодня – это комплекс, объединяющий разнообразные направления экономической деятельности: добычу нерудных строительных материалов, производства изделий из дерева, производство резиновых и пластмассовых изделий, производство прочих неметаллических минеральных продуктов. Особенности конкурентной среды в данной отрасли связаны с большим числом товаров-аналогов и технологий-заменителей, а также с ростом международной конкуренции, уровень которой повышается по мере снижения транспортных расходов, увеличения возможностей транспортных систем и углубления индустриализации услуг по перевозке и хранению.

Отсутствие системной методик привело к необходимости создания адаптированного к условиям ПСМ подхода для измерения уровня устойчивости. Ряд существующих подходов могут использоваться для этих целей. Так, в частности, можно оценивать конкурентную устойчивость через отслеживание показателей оценки конкурентоспособности предприятия и его продукции в динамике. В этом случае можно использовать традиционную методику определения конкурентоспособности продукции [5]. Однако необходимо учитывать такие принципы оценки, как: выбор критериев оценки и оценка с упором на убеждения покупателя; дифференцированный подход к оценке, то есть ориентация на определенный сегмент рынка; априорная проверка на соответствие требованиям нормативов и стандартов; учет различий в рынках разных типов (внешний и внутренний, корпоративный и потребительский); избегание двойного счета, то есть ситуации, когда изменение критерия отражается как на полезности, так и на стоимости товара. Как известно, метод сравнения положен и в основу оценки конкурентоспособности предприятия. Среди существующих методов, подходящих для анализа конкурентной устойчивости, как нам представляется, можно выделить оценку на основе определения уровня конкурентного риска, индикаторами которого являются: сравнение темпов изменения и размера рыночных долей оцениваемого предприятия и его конкурентов; сравнение темпов изменения и размера объемов продаж и прибыли оцениваемого предприятия и его конкурентов; сравнение зависимости предприятия и его соперников от действий партнеров по цепи поставки и др. [2]. Логика оценки сводится к тому, что конкурентная устойчивость понижается с ростом конкурентного риска. Вместе с тем, наиболее обоснованным с нашей точки зрения является подход, основанный на оценке конкурентной устойчивости в динамике, так как конкурентные отношения характеризуются противоречиями, отражающими противоположные интересы сторон. Для данных противоречий, основанных на конфликтности интересов предприятий, характерны временные изменения параметров поведения субъектов бизнеса, из чего можно сделать вывод, что конкурентная устойчивость – явление развивающееся во времени. Предлагаемая методика оценки конкурентной устойчивости предприятий ПСМ состоит из следующих этапов:

1. Анализ объема реализации (в натуральных единицах) для выявления сезонного фактора. Индекс сезонности ( $ИС_i$ ) при этом определяется как отношение усредненного за несколько лет уровня реализации ( $y_i$ ) по  $i$ -му месяцу к соответствующей средней величине, исчисленной за все включенные в расчет месяцы и годы ( $y_{cp}$ ):

$$ИС_i = \frac{y_i}{y_{cp}}. \tag{1}$$

2. Фиксация помесечных объемов реализации в текущем году, а также отслеживание уровня конкурентной активности. Месяцы, в течение которых конкурентами осуществлялись различного рода акции, отмечаются на листе сбора данных. Для оценки конкурентной устойчивости интересны проявления конкурентной активности, которые направлены на переход части потребителей рассматриваемого предприятия к конкурентам.

3. Очистка полученных годовых помесечных данных от сезонного фактора. Для этого необходимо фактический объем реализации ( $V_i$ ) поделить на индекс сезонности:

$$V'_i = \frac{V_i}{ИС_i}. \tag{2}$$

4. Расчет индексов конкурентной устойчивости по ассортиментным группам:



$$ИКУ_{\text{продукта}} = \frac{\overline{V'_{\text{НП}}}}{\overline{V'_{\text{КА}}}}, \quad (3)$$

где  $\overline{V'_{\text{НП}}}$  – среднемесячный объем реализации продукции предприятия в нейтральные периоды (когда не происходило изменения конкурентной активности), очищенный от фактора сезонности;

$\overline{V'_{\text{КА}}}$  – среднемесячный объем реализации продукции предприятия в периоды с повышенной конкурентной активностью, очищенный от фактора сезонности.

Чем ближе значение  $ИКУ$  к единице, тем выше устойчивость, так как это означает относительное отсутствие колебаний продаж в ответ на наступательные действия конкурентов. При этом предлагаются следующие зоны конкурентной устойчивости в зависимости от значений, принимаемых  $ИКУ$ . Если  $ИКУ = 1-1,1$ , то конкурентная устойчивость высокая, продукты с таким уровнем конкурентной устойчивости не требуют дополнительного конкурентного контроля. Если  $ИКУ = 1,1-1,2$ , то конкурентная устойчивость средняя. Если значение  $ИКУ$  больше 1,2, что означает низкий уровень конкурентной устойчивости.

5. Определение конкурентной устойчивости предприятия на основе найденных индексов по ассортиментным группам:

$$ИКУ_{\text{пред}} = \sqrt[k]{\prod_{j=1}^k ИКУ_{\text{прод}_j}}, \quad (4)$$

где  $ИКУ_{\text{прод}_j}$  – индекс конкурентной устойчивости  $j$ -ой продуктовой группы предприятия,  $j=1, \dots, k$ ;

$k$  – количество продуктовых групп в ассортименте предприятия.

В результате анализа помесечной динамики продаж основных товарных групп ОАО «Завод ЖБК-1», а также фиксации периодов, в течение которых наблюдалась повышенная конкурентная активность (табл. 1), были рассчитаны индексы конкурентной устойчивости по товарным группам. Так индекс конкурентной устойчивости ЖБИ составил:

$$ИКУ_{\text{ЖБИ}} = \frac{11825,4}{10463,9} = 1,13.$$

Таблица 1

### Помесячная динамика объема реализации ЖБИ

Объем реализации, куб.м.	янв	фев	мар	апр	май	июн	июл
2009 г.	6062	6960	8756	11450	12460	14256	15378
2010 г.	4818	5507	8850	9342	10325	12783	13767
2011 г.	4403	6500	7863	10274	10588	11741	12790
Средний объем реализации, куб.м.	5094	6322	8489	10355	11124	12927	13978
Сглаженный индекс сезонности	0,48	0,60	0,81	0,98	1,06	1,23	1,33
Объем реализации 2012 г., куб.м.	5160	5229	10022	12040	12843	12086	13797
Объем реализации 2012 г., очищенный от влияния сезонности, куб.м.	10650	8696	12412	12225	12138	9830	10377

Объем реализации, куб.м.	авг	сен	окт	ноя	дек	Итого
2009 г.	14593	13358	12797	11450	7520,8	<b>134700</b>
2010 г.	12292	11800	11013	10325	6883,3	<b>118000</b>
2011 г.	14048	13104	12475	11532	10588	<b>125800</b>
Средний объем реализации, куб.м.	13644	12754	12095	11102	8331	126167
Сглаженный индекс сезонности	1,30	1,21	1,15	1,06	0,79	12,00
Объем реализации 2012 г., куб.м.	15021	13875	12659	12384	10320	<b>135435</b>
Объем реализации 2012 г., очищенный от влияния сезонности, куб.м.	11575	11438	11004	11728	13024	11286

Прим. Затененные области показывают месяцы, в которых наблюдалась повышенная конкурентная активность



На основе составления подобных таблиц по другим товарным группам были рассчитаны следующие показатели:

$$ИКУ_{\text{Бетон}} = \frac{5634,9}{5072,9} = 1,11, \quad ИКУ_{\text{Бетон}} = \frac{5634,9}{5072,9} = 1,11, \quad ИКУ_{\text{Раствор}} = \frac{2806,7}{2574,6} = 1,09,$$

$$ИКУ_{\text{Стеновые материалы}} = \frac{5779,2}{4504,8} = 1,28, \quad ИКУ_{\text{Тротуарная плитка}} = \frac{110080,1}{105723,3} = 1,04.$$

На их основе вычислен индекс конкурентной устойчивости ОАО «Завод ЖБК-1»:

$$ИКУ_{\text{завод ЖБК-1}} = \sqrt[5]{1,13 \cdot 1,11 \cdot 1,09 \cdot 1,28 \cdot 1,04} = 1,13$$

Итак, наименьший (угрожающий) уровень конкурентной устойчивости продемонстрировала товарная группа стеновых материалов. Стоит отметить, что именно на рынке стеновых материалов у рассматриваемого предприятия наиболее слабые конкурентные позиции. По группам ЖБИ и бетона ИКУ находится в интервале 1,1-1,2, что свидетельствует о среднем уровне конкурентной устойчивости. В результате общая оценка устойчивости предприятия в конкурентной среде также находится на среднем уровне. Таким образом, на основе анализа значений индексов конкурентной устойчивости, предприятие может разработать меры по повышению своих адаптационных способностей.

### Список литературы

1. Ансофф, И. Стратегическое управление [Текст] / И.Ансофф. – М.: Экономика, 1989. – 519 с.
2. Обеспечение устойчивости конкурентных действий и конкурентных позиций [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.market-pages.ru/teoriyipraktika/22.html>.
3. Общий и специальный менеджмент [Текст] / Общ. ред. А.Л. Гапоненко, А.П. Панкрухин. – М.: РАГС, 2001. – 568 с. – ISBN 5-7729-0057-9.
4. Путянин, А.Е. Методика определения и анализа уровня конкурентной устойчивости предприятия [Электронный ресурс] / А.Е. Путянин. – Режим доступа: <http://www.maor.vorstu.ru/putyanin.html> [Сайт Международной академии науки и практики организации производства]. – Загл. с экр. – Дата обращения 02.11.2011.
5. Старикова, М.С. Проблемы маркетинга в корпорациях [Текст] / М.С. Старикова, Т.Н. Пономарева, Е.Д. Щетинина. – Белгород: Изд-во БГТУ им. В.Г. Шухова, 2010. – 248 с.
6. Устойчивость конкурентных действий и конкурентных позиций субъектов предпринимательского бизнеса. Market-pages – Информационный бизнес-портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.market-pages.ru/teoriyipraktika/21.html>.
7. Шмидт, А.В. Моделирование управления развитием промышленного предприятия по критериям экономической устойчивости [Текст] / А.В. Шмидт // Вестник УрФУ. Серия экономика и управление. – 2011. – № 4. – С. 85-98.

## APPROACHES TO THE ASSESSMENT OF COMPETITIVE STABILITY OF BUILDING MATERIALS BUSINESS

**N.V. Poluyanova**

**Belgorod State Technological University named of Shukhov  
Belgorod**

**e-mail:  
n-v-p@list.ru**

There are approaches to the definition of «competitive sustainability», identified in the article. The possibility of using the existing methods for assessing the competitive sustainability is considered in the paper. Authors' approach is proposed to assess the level of competitive sustainability of the enterprise industry of building materials.

Keywords: competitive sustainability, competitiveness of the enterprise, the construction materials industry.