

Исследование уровня конкурентоспособности строительного комплекса железнодорожного транспорта на основе рейтинговой оценки

М.А. Данильчук

Одним из факторов успеха в условиях рыночных отношений являются вопросы повышения конкурентоспособности, что особенно актуально для российской экономики. В свою очередь, Россия, обладая огромными природными ресурсами, значительными научно-техническим, производственным и трудовым потенциалом, имеет низкие показатели по качеству жизни, эффективному использованию ресурсов и конкурентоспособности. В статье приводится анализ существующих определений категории «конкурентоспособность», представлена иерархия уровней конкурентоспособности, рассмотрены факторы, влияющие на конкурентоспособность строительной отрасли, представлена рейтинговая оценка конкурентоспособности строительного комплекса железнодорожного транспорта.

Несмотря на значительное количество работ, посвященных проблеме оценки и анализа конкурентоспособности, существуют некоторые различия в понимании категории «конкурентоспособность», которые приводят к многовариантности определений, относительности (табл.1), а также различию подходов к оценке и анализу конкурентоспособности на разных ее уровнях (рис.1).

Прежде всего, необходимо отметить, что существует определенная иерархия и взаимосвязь уровней конкурентоспособности: конкурентоспособность предприятия будет складываться из конкурентоспособности каждой продукции (услуги), произведенного им. Каждое предприятие, входя в какую-либо отрасль, формирует конкурентоспособность экономики и страны в целом, что особенно важно для России в условиях вступления в ВТО (рис.1).

Таким образом, можно выделить 2 уровня иерархии – макро- и микроуровень.

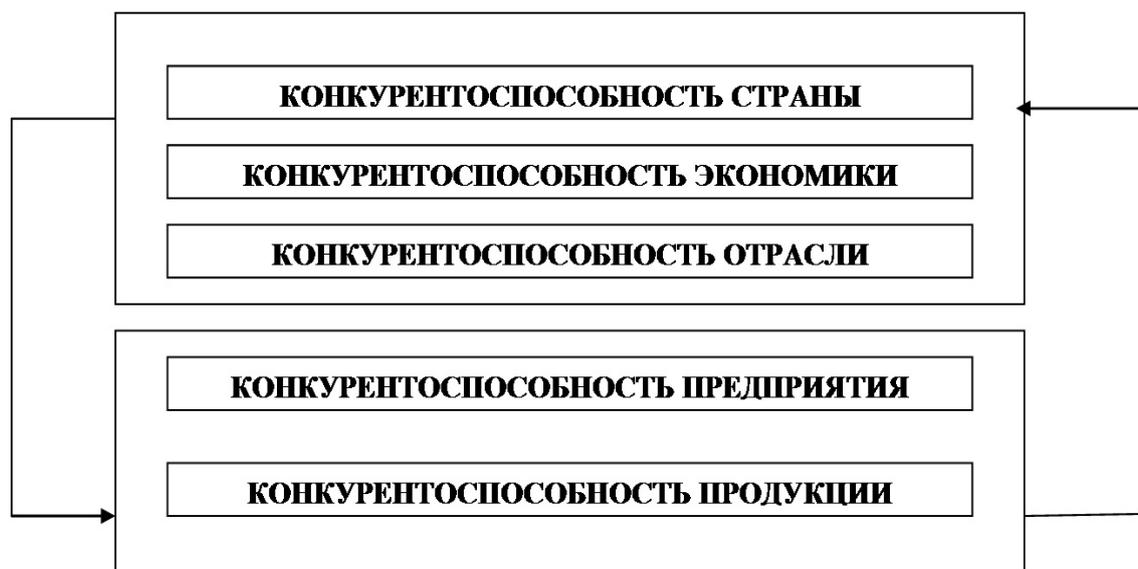


Рис. 1. - Иерархия уровней конкурентоспособности

Иерархия конкурентоспособности предполагает как прямую, так и обратную зависимость между верхним и нижнем уровнями, то есть от конкурентоспособности продукции зависит конкурентоспособность отрасли, экономики и страны целом, и наоборот. На основе изучения трудов отечественных и зарубежных ученых и специалистов в таблице 1 представлено содержание наиболее точных определений понятия «конкурентоспособность» с учетом свойств конкретных объектов и деятельности субъектов.

Таблица №1

Определения конкурентоспособности субъектов рыночных отношений и конкретных объектов исследования

Автор определения	Содержание определения
<i>Определения, базирующиеся на свойствах конкретных объектах</i>	
В. Грибов, В. Грузинов [1]	«Конкурентоспособность продукции - это характеристика товара (услуги), отражающая его отличие от товара-конкурента как по степени соответствия конкретной потребности, так и по затратам на ее удовлетворение».
Фатхутдинов Р.А. [2]	«Конкурентоспособность – это свойство объекта, характеризующееся степенью реального или потенциаль-

	ного удовлетворения им конкретной потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на данном рынке».
Светуньков С.Г. [3]	« <i>Конкурентоспособность</i> – это свойство объекта, имеющего определенную долю соответствующего рынка, которое характеризует степень соответствия технико-функциональных, экономических, организационных и других характеристик объекта требованиям потребителей, определяет долю рынка, принадлежащую данному объекту, и препятствует перераспределению этого рынка в пользу других объектов».
Дулисова И.Л. [4]	« <i>Конкурентоспособность</i> – это свойство объекта, характеризующее степень удовлетворения конкретной потребности по сравнению с лучшими аналогичными объектами, или конкурентоспособность – это способность выдержать конкуренцию в сравнении с аналогичными объектами в условиях конкретного рынка».
<i>Определения, базирующиеся на деятельности конкретного субъекта</i>	
Селезнев А. [5]	« <i>Конкурентоспособность предприятия</i> – это обусловленное экономическими, социальными, политическими факторами положение товаропроизводителя на внутреннем и внешнем рынках, отражаемое через показатели (индикаторы), адекватно характеризующие такое состояние и его динамику».
Европейский форум по проблемам управления	« <i>Конкурентоспособность предприятия</i> - это реальная и потенциальная возможности фирм в существующих для них условиях проектировать, изготавливать и сбывать товары, которые по ценовым и неценовым характеристикам более привлекательны для потребителя, чем товары их конкурентов».
Конно Т. [5]	« <i>Конкурентоспособность предприятия</i> – совокупность характеристик, включающих в себя: захваченную предприятием долю рынка, способность предприятия к производству, сбыту и развитию, способность высшего звена руководства к реализации поставленной цели».

Миронов М.Г. [6]	« <i>Конкурентоспособность предприятия</i> – это способность прибыльно производить и реализовывать продукцию по цене не выше и по качеству не хуже, чем у любых других контрагентов в своей рыночной нише».
Донцова Л.В. [7]	« <i>Конкурентоспособность предприятия</i> – способность предприятия противостоять на рынке другим изготовителям аналогичной продукции (услуги) как по степени удовлетворения своими товарами конкретной общественной потребности, так и по эффективности производственной деятельности».
Рубин Ю.Б. [8]	« <i>Конкурентоспособность предприятия</i> – реальная или потенциальная способность компании, а также имеющихся у них для этого возможностей проектировать, изготавливать и сбывать товары, которые по ценовым и неценовым характеристикам привлекательны для потребителей, чем товары конкуренты».
Сергеев И.В. [8]	«Под <i>конкурентоспособностью предприятия</i> понимается способность предприятия производить конкурентоспособную продукцию за счет его умения эффективно использовать финансовый, производственный и трудовой потенциал».

Таким образом, в понимании понятия «конкурентоспособность» определяющим фактором является либо внутренняя и внешняя деятельность фирмы, либо ценовые и неценовые характеристики продукции.

При этом в понятии «конкурентоспособность» необходимо учитывать свойства объекта исследования, например:

- *свойство товара* проявляет себя в соотношении принципа цены и качества, т.е. способность потребителя оценить качество продукции за соответствующую цену;

- *свойство предприятия* используется в случае, когда необходимо оценивать конкурентоспособность с точки зрения способности конкурировать на рынке и занимать лидирующие позиции;

- *свойство отрасли* в понятии «конкурентоспособность» отражает способность предприятий определенной отрасли успешно реализовывать товары (работы, услуги) на рынке, где за деньги потребителя конкурируют товары различных отраслей.

Многообразие определений конкурентоспособности (табл.1) зависит от того, насколько полно отражены факторы внешней среды, такие как:

- социальная и политическая стабильность в стране;
- стабильность существующей финансовой системы;
- рост эффективности производства;
- инвестиционная привлекательность различных предприятий и отраслей;
- система подготовки трудовых ресурсов (уровень квалифицированного кадрового потенциала).

По-нашему мнению, наиболее точным является определение Европейского форума по проблемам управления, которое сочетает в себе факторы функционирования предприятия в рыночной среде и функциональные характеристики товара.

В условиях усиления взаимосвязи и взаимозависимости организационно-экономических процессов в иерархии конкурентоспособности особое место занимает конкурентоспособность отраслей и региона в целом. В настоящее время регионы являются самостоятельными субъектами рыночных отношений, реализующие поставленные цели и задачи удовлетворения социально-экономических потребностей населения. Потому от того, насколько развиты и устойчивы отрасли региона зависит общее экономическое состояние региона.

Таким образом, целью данной работы является исследование уровня конкурентоспособности одной из главных отраслей каждого региона – строительного комплекса.

Объектом исследования был выбран строительный комплекс железнодорожного транспорта (ОАО «РЖДСтрой»).

ОАО «РЖДСтрой» — это строительно-промышленное предприятие федерального масштаба, обеспечивающее выполнение подрядных работ по всей территории России. На этапе создания единого хозяйствующего субъекта на железнодорожном транспорте в лице ОАО «РЖД» основными направлениями реформирования строительного комплекса были следующие:

- организация системы управления реализацией инвестиционных программ через органы заказчика-застройщика;

- разработка проектов объектов и строек силами головных и региональных специализированных проектно-изыскательских организаций железнодорожного транспорта, а при недостатке их мощностей или особой специфике объектов – с привлечением сторонних проектных организаций, как правило, на субподрядных началах и конкурсной основе;

- непосредственное выполнение ремонтно-строительных работ силами строительно-монтажных и специализированных строительных организаций железнодорожного транспорта, а при недостатке их мощностей или особой специфике работ - с привлечением сторонних строительных организаций, как правило, на субподрядных началах и конкурсной основе.

Прогнозируемые объемы и динамика строительного рынка позволяющие говорить о привлекательности строительной отрасли. ОАО «РЖДСтрой» вполне по силам сохранить и расширить свою долю как на рынке железнодорожного строительства (за счет всех источников финансирования), так и на рынках прочего инфраструктурного строительства, строительства объектов промышленного, коммерческого и жилого назначения.

Анализ конкурентоспособности начинается с анализа рынка и конкурентов. В табл. 2 приведены показатели деятельности основных конкурентов ОАО «РЖДСтрой».

Показатели деятельности крупнейших российских строительных компаний по итогам 2011 года [14]

Компания	Выручка, млрд. руб.	Прибыль (убыток), млрд. руб.	Производительность труда, млн.руб./чел.	Рентабельность активов, %	Рентабельность продаж, %
Стройгазконсалтинг	173,2	-	5,6	-	-
Стройгазмонтаж	154,4	3,7	9,1	3,1	2,4
Мостотрест	74,9	4,4	4,8	6,2	5,9
РЖДстрой	59,7	0,26	6,5	0,8	0,4
СУ-155	53,4	0,27	1,2	0,3	0,5
Стройтрест (группа УСК «Мост»)	47,2	0,4	2,4	-	0,8
Ямалтрансстрой	38,4	0,3	34,9	1,75	0,7
ПИК	38,1	-6,1	-	-5,0	-16,0
ПСК «Трансстрой»	36,4	-1,54	5,9	-	-4,2
Межрегионтрубопроводстрой	36,2	2,67	24,1	-	7,3

Строительная отрасль в целом все еще остается низко консолидированной (на долю 10 крупнейших компаний приходится около 17 % рынка), однако процесс консолидации идет достаточно быстро (в 2007 г. такую же долю рынка занимали 25 крупнейших компаний). Наиболее быстро процесс консолидации идет в инфраструктурном строительстве (на долю 10 крупнейших компаний приходится более 60 % рынка). Среди десяти крупнейших строительных компаний по итогам 2011 г. восемь компаний – компании инфраструктурного строительства [13].

На рынке транспортного строительства (исключая трубопроводный транспорт) основными игроками являются ОАО «Мостотрест», ОАО «РЖДстрой», УСК «Мост» (включает в себя компании «Стройтрест», «Бамтоннельстрой» и др.), ПСК «Трансстрой», НПО «Мостовик», ДСК «Автобан» и др. [14].

Лидерами на рынке транспортного строительства являются компании «Мостотрест», «Стройгазконсалтинг», УСК «Мост», присутствующие во всех сегментах транспортного строительства и выполняющие собственными силами значительную часть работ (Мостотрест – до 85% от объема продаж). Соответственно, эти компании являются основными конкурентами ОАО «РЖДстрой» на рынке строительства объектов железнодорожной инфраструктуры. Остальные компании, включая и «РЖДстрой», присутствуют в основном в одном сегменте рынка.

Для определения конкурентоспособности «РЖДстрой» целесообразно применить прямой метод оценки многокритериальных альтернатив. Оценка альтернатив такого рода возможна при использовании аддитивного, мультипликативного и аддитивно-мультипликативного способов [9]. В данном исследовании при оценке конкурентоспособности была использована аддитивная модель (в работе модель рассматривается в качестве метода рейтинговой оценки), которая имеет вид:

$$I_K = \sum_{i=1}^n a_i \cdot x_i \text{ при этом } \sum_{i=1}^n a_i = 1, \quad (1)$$

где I_K - интегральный коэффициент конкурентоспособности; a_i - вес (важность) i -го критерия, определяемая экспертным путем; x_i - оценка (рейтинг) альтернативы по i -му критерию (принимается в пределах от 0 до 1); n – количество критериев.

Обобщающим результатом данного метода является представление об общей полезности альтернативы как о совокупности оценок нескольких независимых факторов. Коэффициент a_i выражает относительную важность оценок факторов [10]. Под факторами конкурентоспособности понимаются возможные процессы и явления производственно-хозяйственной и социально-экономической деятельности предприятия, которые могут влиять на изменение абсолютной и относительной величины затрат на производство, а в результате на изменение уровня конкурентоспособности предприятия. При этом выделяют факторы внутренней и внешней среды предприятия.

Внутренние факторы – объективные показатели, которые определяют возможности предприятия по обеспечению собственной конкурентоспособности, среди которых научно-технический потенциал, финансово-экономический потенциал, трудовой потенциал, уровень качества, сервисного и гарантийного обслуживания и т. д. Внешние факторы – это социально-экономические и организационно-управленческие взаимодействия предприятия с субъектами рынка предприятия, позволяющие предприятию создать продукцию, которая по ценовым и неценовым характеристикам более привлекательна [11, 12].

При расчете модели нами были использованы факторы внутренней среды предприятия, так как рассчитать влияние факторов внешней среды видится невозможным. Графическое изображение факторов представлено на рис.2. Такой предлагаемый подход рейтинговой оценки по всем параметрам позволит нацеливать управленческие решения на улучшение параметров, по которым конкуренты имеют преимущества.



Рис. 2. - Факторы конкурентоспособности строительного предприятия
Источник: составлено автором

Нами проведены расчеты интегральных показателей конкурентоспособности по существующим материалам электронных ресурсов и годовых отчетов деятельности работы трех основных конкурентов ОАО «РЖДстрой» - «Стройгазконсалтинг» (конкурент №1), «Стройгазмонтаж» (конкурент №2) и «Мостотрест» (конкурент №3). Расчет по рассмотренной выше методике представлен в табл.3

При использовании метода рейтинговой оценки наивысший рейтинг имеет предприятие с наибольшим значением интегрального критерия, то есть предприятия ранжируются по местам в порядке возрастания показателя рейтинговой оценки.

Итоговый интегральный показатель конкурентоспособности отражает исследуемые критерии и позволяет сделать комплексный вывод о конкурентоспособности предприятий в целом. Таким образом, наивысшее значение рейтинга имеет ОАО «РЖДСтрой». Наиболее конкурентоспособными участниками рынка и главным соперником ОАО «РЖДСтрой» являются «Стройгазконсалтинг» и «Стройгазмонтаж», занимая 1 и 2 место соответственно. «Стройгазконсалтинг» отстает по показателям уровня качества, обеспеченности кадрами и возможностью кредитования. Расчеты показывают, что «Стройгазмонтаж» следует обратить внимание на финансовое состояние, уровень качества и возможность внедрения передовых технологий. «Мостотрест» имеет наименьшие показатели по уровню конкурентоспособности, поэтому, во-первых, предприятию следует обратить внимание на финансовое состояние, возможно путем привлечения новых клиентов и расширения видов деятельности, во-вторых, повысить качество предоставляемых услуг, внедряя новые передовые технологии и совершенствуя систему менеджмента качества.

Расчет конкурентоспособности с использованием рейтинговой оценки

Параметры	a_i	ОАО «РЖДСтрой»		Конкуренты					
		x_i	I_K	1		2		3	
				x_i	I_K	x_i	I_K	x_i	I_K
Финансовое состояние	0,3	0,4	0,12	1	0,3	0,6	0,15	0,5	0,09
Уровень качества	0,15	1	0,15	0,5	0,075	0,4	0,06	0,1	0,015
Обеспеченность кадрами	0,1	0,6	0,06	0,6	0,06	0,7	0,07	0,8	0,08
Платежеспособность основных покупателей	0,1	0,8	0,08	0,4	0,04	0,9	0,09	0,9	0,09
Наличие передовых технологий	0,2	0,85	0,17	0,7	0,14	0,7	0,14	0,5	0,1
Возможность кредитования	0,15	0,9	0,135	0,5	0,075	0,5	0,075	0,3	0,045
$\sum I_K$	1		0,72		0,69		0,58		0,42

Для наглядности проранжируем предприятия, то есть распределим их по местам в зависимости от значения интегрального показателя конкурентоспособности, определенного с помощью рейтинговых оценок (табл. 4).

Таким образом, расчеты показывают, что лидирующие позиции на строительном рынке занимает ОАО «РЖДСтрой», но существуют позиции, на которые следует обратить внимание - обеспеченность кадрами и платежеспособность основных покупателей. Предлагаемая методика комплексной оценки уровня конкурентоспособности позволяет не только ранжировать предприятия, но и выявлять потенциальные направления развития предприятия и возможные угрозы в сравнении с конкурентами.

Ранжирование предприятий по рассчитанному коэффициенту

Фактор конкурентоспособности	«РЖДСтрой»	«Стройгазконсалтинг»	«Стройгазмонтаж»	«Мостотрест»
Финансовое состояние	1	2	3	4
Уровень качества	1	2	3	4
Обеспеченность кадрами	4	3	2	1
Платежеспособность основных покупателей	3	4	1	2
Наличие передовых технологий	2	1	3	4
Возможность кредитования	1	2	3	4

Следует отметить, что результаты, полученные при использовании данной технологии, с одной стороны, отражают уже имеющийся уровень развития каждого фактора, а с другой – отражают потенциальные перспективы конкурентоспособности исследуемого предприятия, так как в конкурентной борьбе предприятия с лучшими результатами имеют определенные преимущества [10].

Несмотря на то, что рынок строительного подряда отличается высокой динамикой и подвижностью, основные игроки федерального масштаба на рынке транспортного строительства уже определились. Новые конкурентные угрозы могут возникнуть со стороны динамично развивающихся региональных компаний, либо компаний федерального уровня, дифференцирующих свой бизнес. Поэтому возможным источником возникновения конкурентных угроз на рынке транспортного строительства являются зарубежные подрядчики, особенно в свете вступления России в ВТО [14,15,16]. В настоящее время импорт строительных услуг в РФ составляет менее 2 % от общего строительных услуг, однако, крупные иностранные подрядчики, способные обеспечить более высокую экономическую эффективность и качество испол-

нения работ, могут легко потеснить российские компании при снятии защитительных мер по их присутствию на национальном рынке.

Таким образом, на основании проведенного расчета и анализа конкурентов, основными направлениями повышения конкурентоспособности ОАО «РЖДСтрой» являются:

- улучшение технологии транспортного строительства, метрологических методов, совершенствование системы пооперационного контроля качества и качества конечной строительной продукции;
- изменение системы выбора и стимулирования поставщиков;
- изменение структуры и размера инвестиций в разработку, производство и сбыт строительной продукции;
- применение инновационных технологий строительства железнодорожного полотна и транспортной инфраструктуры;
- необходимость приобретения современной строительной техники, позволяющей повысить качество выполняемых строительно-монтажных работ.

Литература:

1. Грибов В., Грузинов В. Экономика предприятия. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.inventech.ru/lib/predpr/predpr0042/>.
2. Фатхутдинов, Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р.А. Фатхутдинов. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 312 с.
3. Светуньков, С.Г. Прогнозирование экономической конъюнктуры в маркетинговых исследованиях / С.Г. Светуньков. – СПб. : Питер, 1997. – 264 с.
4. Долинская М.Г., Соловьев И.А. Маркетинг и конкурентоспособность промышленной продукции. – М.: Экономика, 1999. – С.43.
5. Завьялов, П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах / П.С. Завьялов. – М. : ИНФРА-М, 2001. – 496 с
6. Миронов, М.Г. Ваша конкурентоспособность / М.Г. Миронов. – М.: Альфа-Пресс, 2004. – 160 с.

7. Данилов И.П. Проблемы конкурентоспособности электротехнической продукции – М.: Пресс-сервис, 1997 .- 129 с.
8. Рубин Ю.Б., Шустов В.В. Конкуренция: реалии и перспективы – М.: Знание, 1990.- С.15.
9. Ларичев, О.И. Наука и искусство принятия решений: Книга. М.: Наука, 1979.-200 с.
10. Бурда А.Г., Кочетов В. В. Рейтинговая оценка конкурентоспособности кондитерских предприятий. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ej.kubagro.ru/2006/01/pdf/17.pdf>
11. Душенькина Е.А. Экономика предприятия. Конспект лекций. М.: Эксмо, 2009.
12. Савельева, Н.А. Методика оценки конкурентоспособности предприятий сферы строительного дизайна [Электронный ресурс] // «Инженерный вестник Дона», 2011, №4. – Режим доступа: <http://ivdon.ru/magazine/archive/n4y2011/697> (доступ свободный) – Загл. с экрана. – Яз. рус.
13. Веселов, С. Л. Формирование конкурентоспособности продукции жилищного строительства [Электронный ресурс] // «Инженерный вестник Дона», 2012, №2. – Режим доступа: <http://ivdon.ru/magazine/archive/n2y2012/749> (доступ свободный) – Загл. с экрана. – Яз. рус.
14. Годовые отчеты ОАО «РЖДСтрой» за 2011 г.- Москва, 2011.- С.26-36.
15. Bendell T. Benchmarking for Competitive Advantage / T. Bendell, L. Boulter, J. Kelly. New York: McGraw-Hill, 1993. - 266 p.
16. Zhu J. Quantitative Models for Performance Evaluation and Benchmarking: Data Envelopment Analysis With Spreadsheets and DEA Excel Solver / J. Zhu. New York: Springer, 2002. - 328 p.