

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования «Санкт-Петербургский
государственный архитектурно-строительный университет»
Министерства образования и науки РФ

На правах рукописи

Ширшиков Сергей Павлович

**ОБЕСПЕЧЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ
МАЛЫХ И СРЕДНИХ СТРОИТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ**

Специальность 08.00.05 – экономика и управление народным хозяйством: экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами (строительство)

Диссертация на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Научный руководитель:
доктор экономических наук,
профессор В.В. Асаул

Санкт-Петербург - 2016

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1 НАУЧНО-ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МАЛЫХ И СРЕДНИХ СТРОИТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ	10
1.1 Особенности экономической категории «конкурентоспособность» для малых и средних организаций.....	10
1.2 Факторы, влияющие на конкурентоспособность продукции малых и средних строительных организаций.....	20
1.3 Состояние и проблемы функционирования малых и средних строительных организаций.....	29
ГЛАВА 2 АНАЛИЗ ПОДХОДОВ К ОЦЕНКЕ И ОБЕСПЕЧЕНИЮ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МАЛЫХ И СРЕДНИХ СТРОИТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ	44
2.1 Содержание конкурентного потенциала малых и средних строительных организаций.....	44
2.2 Методические подходы к оценке конкурентного потенциала малых и средних строительных организаций.....	53
2.3 Стратегии обеспечения конкурентоспособности малых и средних строительных организаций.....	63
ГЛАВА 3 КОМПЛЕКСНЫЙ ПОДХОД К ОБЕСПЕЧЕНИЮ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МАЛЫХ И СРЕДНИХ СТРОИТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА	71
3.1 Алгоритм определения единого интегрального показателя конкурентоспособности строительной организации.....	71
3.2 Методика обеспечения конкурентоспособности малых и средних строительных организаций Санкт-Петербурга.....	83
3.3 Рекомендации по обеспечению конкурентоспособности малых и средних строительных организаций Санкт-Петербурга.....	95
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	104
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	109

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность избранной темы. Значимость развития малого и среднего предпринимательства (МСП) в отечественной экономике является отличительной особенностью современной экономической модели развития общества. Важнейшая стратегическая задача России в развитии МСП до 2020 года состоит в приближении по основным показателям к экономически развитым странам мира. Доля малых и средних компаний в ВВП должна составлять не менее 40% (вместо 21% по состоянию на данный момент), а доля занятых в них человек должна приблизиться к 50% от всего занятого в экономике населения (вместо 25% по данным 2015 года).

В Отчёте международного проекта «Глобальный мониторинг предпринимательства» (*Global Entrepreneurship Monitor, GEM*) [1] отмечается, что уровень предпринимательской активности в России составляет 5,75% – это значительно меньше, чем, например, в других развивающихся странах БРИКС: в Бразилии 17% трудоспособного населения являются предпринимателями, в Китае - 14%, в ЮАР - 11%, в Индии - 10%. Только 3,4% из вновь создаваемых в России малых предприятий продолжают существовать на рынке более трёх лет, что существенно меньше, чем в странах похожих на Россию по количеству предпринимателей: Норвегия - 6,15%, Финляндия - 6,65%, Испания - 8,39%, Греция - 12,6%.

Учитывая, что со строительством в России связано не менее 30-ти отраслей народного хозяйства, малые и средние организации могут способствовать решению сложных системных социально-экономических проблем, а именно: занятости населения, повышения эффективности строительного производства, обеспечения качества строительства, обновления основных фондов предприятий, жилого фонда страны, стимулируя тем самым развитие добросовестной конкуренции на рынках строительных работ (услуг), внедрения инноваций и повышения эффективности производства в этом секторе экономики в целом.

В условиях ограничений для отечественной экономики, действующих с 2014 года, вопросы обеспечения конкурентоспособности малых и средних строительных организаций (МССО) приобрели особую остроту и значимость ввиду, как неблаго-

приятных внешнеэкономических факторов, так и низкой эффективности государственной поддержки МССО, качества антимонопольной политики, дефицита источников финансирования, а также недостаточной разработанности методологической базы обеспечения конкурентоспособности данного вида предприятий в российской науке.

Таким образом, актуальность исследования определяется потребностью в теоретическом и методическом инструментарии оценки, методов повышения и поддержания конкурентоспособности малых и средних строительных организаций в условиях конкуренции и экономических ограничений экономики.

Степень разработанности темы исследования. В трудах многих известных учёных сформулированы базовые подходы для исследования процессов и методов конкуренции на рынке и конкурентоспособности производимой продукции и услуг. Значительный вклад в исследование теории и практики в данной области внесли такие отечественные и зарубежные ученые, как Абалкин Л. И., Азоев Г. Л., Ансофф И., Барнард Ч., Берг Д. Б., Блауг М., Брю С., Гелбрейт Д., Друкер П. Ф., Интрилигейтор М., Калужнова Н. Я., Карлоф Б., Кейнс Д., Кетелс Ч., Котлер Ф., Кондратьев Н. Д., Кругман П., Кузык Б. Н., Ламбен Ж. Ж., Лифиц И. М., Макконнелл К. Р., Морозов Ю. В., Мусатов Б. В., Портер М., Робинсон Дж., Рубин Ю. Б., Томпсон А. А. (мл.), Фатхутдинов Р. А., Хайек Ф. фон, Чемберлин Э. Х., Шумпетер Й., Юданов А. Ю., Яковец Ю. В. и др.

Проблемам повышения конкурентоспособности работ и услуг строительных организаций посвящены работы отечественных исследователей: Асаул А. Н., Асаул В. В., Барбарской М. Н., Болотина А. В., Дидковского В. М., Грабового П. Г., Гумбы Х. М., Иваненко Л. В., Лапина Г. Н., Лукмановой И. Г., Меркина Р. М., Резника А. И., Савенковой И. В., Серова В. М., Степанова И. С., Ушановой Н. А., Шишлова Г. И. и других.

Определённый вклад в теорию и методологию оценки и управления конкурентоспособностью строительных организаций внесли исследования и публикации Арбатской Е. А., Асаул В. В., Бузырева В. В., Веселова С. Л., Захарова А. Н., Зокина А. А., Зулькарнаева И. У., Ерохина Д. В., Круг Л. В., Максимова, И. В.,

Солдатовой Н. Ф., Сорокиной И. Э., Фасхиева Х. А., Цветкова А. Н. и некоторых других.

Цель исследования – разработка теоретического и методического инструментария оценки конкурентоспособности малых и средних строительных организаций, методов ее поддержания и повышения на основе формирования и укрепления их конкурентного потенциала.

Задачи исследования:

1. Изучить научно-теоретические основы оценки конкурентоспособности малых и средних строительных организаций, включая уточнение категориального аппарата; структурирование факторов, влияющих на конкурентоспособность продукции строительного производства, а также выявление проблем функционирования МССО в современной рыночной среде.

2. Проанализировать методологические подходы к оценке и обеспечению конкурентоспособности малых и средних строительных организаций.

3. Обосновать алгоритм определения единого интегрального показателя конкурентоспособности строительной организации.

4. Разработать методику обеспечения конкурентоспособности для МССО Санкт-Петербурга.

5. Предложить рекомендации по обеспечению конкурентоспособности МССО Санкт-Петербурга.

Объектом исследования являются малые и средние строительные организации различных форм собственности, функционирующие в инвестиционно-строительной сфере.

Предмет исследования – управленческие отношения, возникающие в процессе обеспечения малыми и средними строительными организациями своей конкурентоспособности.

Информационная база исследования основана на данных Федеральной службы государственной статистики (Росстата), Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Санкт-Петербургу и Ленинградской области (Петростата), Банка России, также были использованы

нормативно-правовые акты Российской Федерации и Санкт-Петербурга, результаты исследований международных экономических организаций, экспертных агентств, банков, документы малых и средних строительных организаций Санкт-Петербурга.

Область исследования соответствует требованиям паспорта научной специальности ВАК: 08.00.05 – экономика и управление народным хозяйством: экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами (строительство), п. 1.3.55. «Анализ и оценка эффективности инвестиций в повышение технологического уровня, механизации и автоматизации строительного производства; обеспечение конкурентоспособности строительной продукции и предприятий строительного комплекса».

Научная новизна исследования заключается в разработке теоретического и методического инструментария оценки, методов повышения и поддержания конкурентоспособности малых и средних строительных организаций в условиях нарастания кризисных процессов в экономике. Предложенная методика обеспечения конкурентоспособности для МССО (на примере МССО Санкт-Петербурга) позволяет рассчитать комплексный показатель конкурентоспособности и определить возможный вектор повышения конкурентоспособности отечественных строительных организаций. **Наиболее существенные результаты исследования, полученные лично автором, и их научная новизна** заключаются в следующем.

1. Разработан алгоритм определения единого интегрального показателя конкурентоспособности строительной организации, который включает шесть последовательных шагов: 1) сбор, систематизация информации и описание основных конкурентов; 2) формирование набора ресурсов и частных показателей, образующих конкурентный потенциал строительной организации; 3) ранжирование показателей по каждому потенциалу для общей оценки конкурентного потенциала строительной организации; 4) определение единого интегрального показателя конкурентоспособности для МССО; 5) расчет и оценка уровня конкурентоспособности для МССО; 6) разработка организационно-экономических мероприятий по повышению конкурентоспособности строительной организации.

2. Разработана методика обеспечения конкурентоспособности для МССО Санкт-Петербурга, которая содержит три этапа: 1) диагностика факторов конкурентоспособности строительной организации; 2) диагностика конкурентного потенциала организации; 3) определение стратегии обеспечения конкурентоспособности строительной организации. А также экономическое обоснование стратегии проектной консолидации для МССО в условиях кризиса строительной сферы.

3. Предложены методические рекомендации по обеспечению конкурентоспособности для МССО Санкт-Петербурга, включающие ежеквартальный мониторинг собственного положения на рынке с расчетом единого интегрального показателя конкурентоспособности, регулярный анализ состава, структуры и качества применяемых материалов и пр.

4. Разработаны рекомендации для исполнительных и законодательных органов управления федерального уровня, содержащие идею создания специального «института развития» - Фонда поддержки МССО с частично государственным финансированием, инициативу снижения взноса в компенсационный фонд СРО для МССО и пр., а также рекомендации для региональных и муниципальных органов управления Санкт-Петербурга.

Теоретическая значимость работы заключается в предложении нового методического подхода к расчету единого интегрального показателя конкурентоспособности строительной организации, что будет способствовать росту конкурентоспособности строительных организаций, и сферы строительства в целом. А также в применении отечественными МССО методики обеспечения конкурентоспособности, разработанной в данной работе.

Практическая значимость заключается в возможности использования результатов исследования малыми и средними строительными организациями, функционирующими в сфере производства и реализации строительной продукции на рынке Санкт-Петербурга, представителями региональных и муниципальных органов исполнительной власти, а также могут быть применены в учебном процессе при подготовке специалистов экономического профиля.

Основные результаты диссертационного исследования использованы при разработке стратегии конкурентоспособности АО «УНР-27 ТРЕСТА №16» г. Санкт-Петербург.

Методология и методы исследования. В диссертации использованы труды отечественных и зарубежных авторов, посвящённые проблемам функционирования и обеспечения конкурентоспособности, в том числе малых и средних организаций строительной отрасли.

При решении поставленных задач в работе применялись методы: экономического и правового анализа и синтеза, анализа документов, прогнозирования; приёмы абстрагирования и сравнения; методы теории оптимизации и экономико-математического моделирования; количественного и качественного анализа; наблюдения; комплексного и системного подхода к изучению оцениваемых показателей.

Достоверность научных результатов обеспечивается использованием положений теории управления, статистическим анализом, а также четкой логикой построения работы, обоснованностью предлагаемых положений и выводов.

Обоснованность выводов и рекомендаций определяется использованием трудов отечественных и зарубежных учёных по теории несовершенной конкуренции, проблемам развития малых и средних строительных организаций, практики их функционирования в Санкт-Петербурге в кризисных условиях.

Апробация результатов. Основные теоретические положения и выводы диссертационной работы были представлены автором на международной научно-практической конференции студентов, аспирантов, молодых ученых и докторантов СПбГАСУ «Актуальные проблемы экономики и управления в строительстве» (2013 г.); 71-й научной конференции профессоров, преподавателей, научных работников, инженеров и аспирантов университета.

Публикации. Основные научные результаты диссертации опубликованы в 6 печатных работах общим объемом 2,5 п.л., в т.ч. лично автором – 2,5 п.л. В науч-

ных журналах, включенных в перечень, утвержденный ВАК РФ, опубликованы 3 статей общим объемом 1,44 п.л., в т.ч. лично автором – 1,44 п.л.

Структура и объем диссертационной работы. Диссертационная работа включает в себя введение, три главы, заключение и список использованной литературы. Она содержит 123 страницы основного текста, в т. ч. 13 рисунков, 14 таблиц, 18 формул.

ГЛАВА 1 НАУЧНО-ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МАЛЫХ И СРЕДНИХ СТРОИТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

1.1 Особенности экономической категории «конкурентоспособность» для малых и средних организаций

Конкурентоспособность организаций как важнейшая подсистема современной рыночной экономики, является объектом повышенного внимания многих известных представителей экономической науки, в числе которых И. Ансофф, Ч. Барнард, С. Брю, Д. Гелбрейт, П. Ф. Друкер, М. Интрилигейтор, Б. Карлоф, Д. Кейнс, Ч. Кетелс, Ф. Котлер, П. Кругман, Ж. Ж. Ламбен, К. Р. Макконнелл, М. Портер, Ф. фон Хайек, Й. Шумпетер [2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10] и другие.

Интерес к исследованию конкурентоспособности организаций не ослабевает, что вызвано, прежде всего, глобализацией в мировой экономике, оказывающей существенное влияние на значимость различных факторов в конкурентной борьбе, особенностями развития национальных экономических систем, достижениями науки и техники и наступлением информационной эры, которая определяет новую систему координат для предпринимательства, как феномена рыночной экономики.

Успешность развития малого и среднего предпринимательства (МСП), укрепление стабильности во всех секторах экономики предопределяют необходимость совершенствования концепции конкурентоспособности, которая должна соответствовать реалиям и являться научно обоснованной теоретической базой практической деятельности субъектов, институтов рынка и государства. Поэтому исследование категории «конкурентоспособность организации» имеет важное научно-практическое значение в целях понимания процессов, происходящих в современной рыночной среде, как для отдельных предприятий, так и конкретных групп предприятий, в том числе малых и средних.

Как показывает мировая и отечественная практика, в общепринятом понимании основными признаками, используемыми для разграничения субъектов предпринимательства (крупный, малый и средний бизнес), являются организационно-правовая форма, численность работников, балансовая стоимость активов, объем оборота и размер уставного капитала. Как следует из Федерального закона от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ (ред. от 29.06.2015) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» [11], критериями отнесения предприятия к той или иной категории являются численность работников (до 100 человек включительно для малых предприятий; до 15 человек для микропредприятий; от 100 одного до 250 человек включительно для средних предприятий) и выручка от реализации работ и услуг (предельные значения выручки для микропредприятий составляют 120 млн. рублей; для малых предприятий - 800 млн. рублей; для средних предприятий – 2 млрд. рублей).

Несмотря на то, что понятие «конкурентоспособность организации» (*organization competitiveness*) используются в экономической литературе достаточно давно, единства в его понимании применительно к МССО по ряду важных вопросов в экономической науке еще не достигнуто.

Категория «конкурентоспособность малых и средних организаций» тесно взаимосвязана с такими понятиями как «предпринимательство», «субъекты малого и среднего предпринимательства», «конкуренция», «качество продукции» и «эффективность». Рассмотрим их более подробно.

Ф. фон Хайек считал, что сущностью предпринимательства является поиск и изучение новых возможностей, и это более характеристика поведения, а не вид деятельности [12], а Й. Шумпетер первый дал определение предпринимательским отношениям как «универсальной сущности любой экономической формации», состоящей в осуществлении «новых комбинаций» [10]. В наши дни предпринимательство является одним из главнейших факторов экономического роста в рыночно-ориентированной экономике; в экономике, основанной на конкурентных началах [13].

Фундаментальная категория «конкуренция» происходит от лат. *concurrentia* и означает соперничество, соревнование, состязание. Другое его происхождение можно проследить из французских слов: *courir* – бегать, *concour* – бега, *concourence* – совместные бега с соперником. Аналогичное значение в итальянском языке – *concurrere*.

Напомним, что еще на этапе формирования основ классической экономической теории [14], конкуренцию рассматривали как неотъемлемый элемент рыночного хозяйства, но концептуально взгляды экономистов не совпадали. Так, А. Смит трактовал конкуренцию как поведенческую категорию, когда индивидуальные продавцы и покупатели соперничают на рынке за более выгодные продажи и покупки. Конкуренция по Смиту выступает в качестве силы, приводящей рынок через взаимодействие спроса и предложения к некоей точке равновесия, которая Смитом определяется как «совокупность выгод и невыгод различных применений труда и капитала». [15] А. Курно, Дж. Робинсон, Э. Чемберлин [16], К. Р. Макконел и С. Л. Брю придерживались структурной концепции конкуренции, рассматривая ее как особую ситуацию на рынке, для существования которой необходимы: наличие на рынке большого числа действующих независимо друг от друга покупателей и продавцов конкретного продукта или ресурса; свобода для покупателей и продавцов выходить или покидать те или иные рынки, основанная на их личном экономическом интересе [6]. По М. Портеру [8], также стороннику поведенческого подхода, конкуренция – это форма существования отрасли, обусловленная взаимодействием определенных сил и угроз: 1) внутри отрасли – угрозой вхождения новых участников; угрозой появления новых продуктов-заменителей; 2) вне отрасли – рыночной властью продавца; рыночной властью потребителей. Ф. фон Хайек [9] понимал конкуренцию как «процедуру открытия».

В исследованиях современных российских авторов единство в подходах тоже отсутствует. Так, Р. А. Фатхутдинов [17] считает, что конкуренция – это процесс управления субъектом своими конкурентными преимуществами на конкретном рынке (территории) для одержания победы или достижения других

целей в борьбе с конкурентами за удовлетворение объективных или субъективных потребностей в рамках законодательства либо в естественных условиях. С. В. Барсукова и другие [18] убеждены, что конкуренция представляет собой экономический процесс взаимодействия, взаимосвязи и борьбы между выступающими на рынке предприятиями в целях обеспечения лучших возможностей сбыта своей продукции, удовлетворения потребностей покупателей и получения наибольшей прибыли. В. В. Асаул [19] понятие «конкуренция» рассматривает в поведенческом аспекте, характерном для классической и неоклассической теорий, как форму взаимного столкновения интересов всех субъектов рынка - за товары и услуги, за деньги потребителей, за условия приложения капитала.

Российский законодатель в Федеральном законе от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» [20] закрепил весьма оригинальное понятие конкуренции: «соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке» (ч.7 ст.4). Если относительно «соперничества хозяйствующих субъектов» с таким толкованием можно согласиться, то вторая часть формулировки ничего общего с экономическим содержанием не имеет.

С нашей точки зрения, конкуренция в экономическом смысле - это, прежде всего, стимул (сила или процесс), побуждающий субъектов рынка к саморазвитию (совершенствованию, инновациям) и повышению эффективности своей деятельности; это также стимул к установлению «справедливой цены» и выпуску качественной продукции на соответствующем рынке, то есть достижению идеальной диады «цена-качество». Без конкуренции достижение оптимального соотношения «цена-качество» продукции невозможно в принципе.

Но, в процессе конкуренции столкновение интересов всех субъектов рынка за ресурсы, товары и услуги, за деньги потребителей, за условия приложения капитала является неизбежным. Поэтому, *важнейшим условием конкуренции выступает грамотная государственная антимонопольная политика, где госу-*

дарство выступает своего рода «арбитром» разрешения противоречий между субъектами рынка и является гарантом добросовестной конкуренции.

Конкуренция на рынке выступает в различных формах и осуществляется разными способами. Она может быть внутриотраслевой - между аналогичными товарами или производителями аналогичных товаров (конкурентами), и межотраслевой - между производителями различных отраслей за инвестиционные ресурсы. По методам осуществления конкуренцию, как правило, разделяют на ценовую - продажу товаров или предложение услуг по более низким ценам, чем у конкурентов, и неценовую - предложение товаров более высокого качества с большей надежностью и сроком службы, с большей производительностью [19].

В свою очередь категория «конкурентоспособность организации» выражает функциональный результат использования субъектами рынка множества факторов действия конкуренции в разных условиях, на различных уровнях и сегментах рынка (например, страны, региона, отрасли, групп потребителей).

Содержание категории «конкурентоспособность организации» в многочисленных трудах отечественных и зарубежных исследователей рассмотрена очень подробно. Современные авторы понимают эту категорию, как:

- свойства, создающие преимущества для субъекта экономического соревнования [21];
- свойство товара, услуги, субъекта рыночных отношений выступать на рынке наравне с присутствующими аналогичными товарами, услугами или конкурирующими субъектами рыночных отношений. Оценка этого свойства позволяет выделять высокий, средний и низкий уровень конкурентоспособности [7];
- возможность приспособиться к изменяющимся условиям с точки зрения удержания или улучшения позиций среди соперничающих [22];
- 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 [23];

– реальная и потенциальная способность компании, а также имеющиеся для этого возможности проектировать, изготавливать и сбывать товары, которые по ценовым и неценовым характеристикам в комплексе более привлекательны для потребителей, чем товары конкурентов [24];

– оцененную в данный момент времени реальную и потенциальную способность предприятия (корпорации и ее субъектов) без нарушения действующего законодательства и в соответствии с принятой бизнес-этикой эффективнее конкурентов: а) адаптироваться к условиям динамично развивающейся внешней среды по различным направлениям деятельности корпорации; б) интегрироваться в единое пространство участников рыночных отношений; в) реализовывать свой совокупный потенциал [25];

– создание и сохранение предприятием длительных конкурентоспособных преимуществ. Базой конкурентного поведения предприятия становятся инновационные стратегии, которые основаны на постоянном обновлении продукции и технологии [26].

Однако возможность постоянного инновационного обновления доступна, как правило, крупным компаниям и представляет трудность для малых строительных организаций.

По результатам сравнительного анализа более 30 определений конкурентоспособности предприятия профессор Х. А. Фасхиев подразделил их на три группы: определения, в которых акцент делается на товарной составляющей конкурентоспособности субъекта хозяйствования; определения, учитывающие помимо товарной составляющей конкурентоспособности рыночного агента и его производственную деятельность; определения, в которых акцентируется внимание на внутренней и внешней деятельности организации, при этом не выделяется товарная составляющая ее конкурентоспособности [27].

С этой точки зрения нам ближе подходы, учитывающие помимо товарной составляющей конкурентоспособности рыночного агента, его производственную деятельность.

Некоторые авторы полагают, что «универсального определения конкурентоспособности для всех субъектов и объектов нет. Все зависит от того, применительно к какому объекту (предмету) или субъекту оно относится» [28]. Но, с такой позицией нельзя согласиться в полной мере. Здесь возникает скорее проблема разграничения объекта, субъекта и предмета конкурентоспособности.

К *объектам конкуренции* исследователи [29] относят спрос (рынок спроса) и предложение (рынок предложений). При соревновании за возможность продажи своего товара (рынок спроса) субъекты предлагают товар с определенными свойствами, которые, чтобы быть востребованными, должны в наибольшей мере отвечать потребностям (требованиям) данного рынка потребителей. Конкурируя за возможность получить тот или иной товар (инвестиции, квалифицированная рабочая сила и т.п.) на рынке предложения, субъекты должны обеспечить наилучшие условия принятия (работы, функционирования) данного товара.

Предметом конкуренции может быть только товар в расширительной его трактовке (собственно товар, работы, услуги, рабочая сила, капитал, инвестиции, технологии и т.д.).

Субъектами конкуренции могут выступать физические или юридические лица, ведущие борьбу за объекты конкуренции и располагающие предметами (объектами) конкуренции.

Производство конкурентоспособных товаров (услуг) - решающая предпосылка конкурентоспособности организации. Для ее успешной реализации, необходима профессиональная организация работы на рынке. Объектами конкуренции являются не только товары, но и стратегии рыночной деятельности организаций, их управляющие и исполнительные подсистемы, коллективы сотрудников, умение анализировать рыночную ситуацию для создания благоприятных условий для успеха данной организации и другие.

Рассматривая природу конкурентоспособности строительной организации, необходимо учитывать специфику строительного комплекса, а это - совокупность отраслей, производств и организаций, которые характеризуется тесными устойчивыми экономическими, организационными, техническими и технологическими

связями в получении конечного результата - обеспечение производства основных фондов народного хозяйства [30].

Экономической наукой доказано, что строительство, как отрасль экономики, имеет значительный *мультипликативный эффект*, суть которого заключается в том, что наращивание темпов строительства стимулирует развитие различных секторов экономики, активизирует рост производства энергоресурсов, металла, цемента, топлива, механизмов, транспортных средств и других материальных средств, что невозможно без развития строительной индустрии. Так, в России строительная отрасль обеспечивает 5,5% ВВП. В ней занято 5,3 миллиона человек, или более 7% экономически активного населения. Со строительством связано почти 30 отраслей народного хозяйства [31].

Огромную роль в формировании конкурентоспособности строительной организации играет *качество продукции* (работ, услуг).

Продукцией отрасли строительства являются законченные строительством и сданные в эксплуатацию заводы и фабрики, железные и автомобильные дороги, электростанции, ирригационные и судоходные каналы, порты, жилые дома и другие объекты, образующие основные фонды хозяйственного комплекса страны [32].

Специфика строительной продукции как товара состоит в закреплённости, неподвижности, капиталоемкости, материалоемкости, длительности создания и эксплуатации и т.п. Она предопределяет характер взаимоотношений участников инвестиционного процесса, особенности обращения строительной продукции как товара. Вследствие неразрывности фаз производства и реализации строительная продукция, как правило, не выходит на рынок в поисках покупателя, а создается по заказу в соответствии с заранее выбранной моделью (проектом) и в строго заданном месте, будучи предназначенным для определенного инвестора, заказчика.

В национальном стандарте качества ГОСТ Р ИСО 9000-2011 *качество* определяется следующим образом: «*Качество (quality): степень соответствия совокупности присущих характеристик требованиям*» [33].

Определяя специфику качества продукции строительной организации необходимо учитывать следующие основные компоненты: уровень качества; уровень общественной потребности; конкретные условия; степень удовлетворения потребностей или требований; объект; система менеджмента качества (СМК).

Качество измеряется: а) свойствами, характеризующими качество продукции (назначение объекта, технологичность, эргономичность, транспортабельность и пр.); б) стадиями жизненного цикла объекта строительства (прогнозируемые, проектные, строительные, эксплуатационные характеристики); в) единицами измерения (натуральные и стоимостные, общие и удельные, нормируемые и ненормируемые и т. п.).

Качество строительства создается на всех стадиях его формирования: предпроизводственной (планирование, проектирование, производство строительных материалов и изделий, их доставка на строительные площадки), производственной (строительно-монтажный процесс) и послепроизводственной (приемка в эксплуатацию и эксплуатация).

Действующая в настоящее время государственная система стандартизации в строительстве включает в себя, помимо государственных стандартов (ГОСТов и ОСТов), технические условия (ТУ), строительные нормы и правила (СНиПы), своды правил (СП), руководства и инструкции. В общей сложности в строительстве и промышленности строительных материалов действует около 500 государственных стандартов [34]. На региональном уровне принимаются и действуют территориальные строительные нормы (ТСН).

Контроль за соблюдением качественных показателей работы, стандартов и правил в интересах потребителей в сфере строительства осуществляют саморегулируемые организации (СРО), действующих на основе Градостроительного кодекса РФ от 29.12.2004 №190-ФЗ [35], федеральных законов от 01.12.2007 г. № 315-ФЗ «О саморегулируемых организациях» [36], от 26.12.2008 г. № 294-ФЗ «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля»

[37], от 30.12.2009 г. № 384-ФЗ «Технический регламент о безопасности зданий и сооружений» [38] и других нормативных актов.

В строительной отрасли весьма актуальными сегодня являются задачи разработки и внедрения новых стандартов качества, систем управления строительными рисками, принципиально новых методов оценки качества выполненных работ с возможностью учета и описания многокомпонентной информации, а также корректировки норм трудозатрат, используемых при разработке календарных планов и проектов организации строительства [39].

Системный подход к менеджменту качества побуждает производителей анализировать требования потребителей, определять процессы, способствующие получению приемлемой продукции, а также поддерживать эти процессы в управляемом состоянии. Система менеджмента качества дает уверенность самой организации и потребителям в способности поставлять продукцию, полностью соответствующую требованиям [40].

Однако, *уровень качества* – это относительная характеристика, основанная на сравнении значений показателей качества оцениваемой продукции с базовыми значениями соответствующих показателей [41]. Поэтому, показатель качества должен отвечать на главный вопрос: в какой степени данный объект обладает свойством (способностью) удовлетворять общественную потребность (интерес, ценность, требование) по сравнению с другими объектами?

Из этого следует один из важнейших признаков (свойств) конкурентоспособности строительной организации – ее *относительный характер*.

Еще одной ключевой составляющей конкурентоспособности организации, безусловно, является ее эффективность, как совокупный результат деятельности.

В обобщенном виде *эффективность* представляет собой достижение определенных целей [42]. Конечной же целью развития и эффективного использования ресурсов организации являются эффективные результаты ее деятельности, «повышение степени конкурентоспособности и завоевание рыночных позиций через формирование и наращивание конкурентных преимуществ» [43].

По результатам анализа различных взглядов исследователей сформулируем авторское понятие «конкурентоспособности строительной организации» как совокупности реальных и потенциальных способностей (возможностей, умений, компетенций) организации отрасли строительства производить продукцию (товары, услуги), равнозначную или превосходящую по своим потребительским характеристикам продукцию конкурентов.

Таким образом, конкурентоспособность строительной организации можно представить как относительную характеристику объекта - степень потенциального или реального удовлетворения ею конкретной потребности по сравнению с аналогичными объектами, функционирующими на данном рынке.

Конкурентоспособность строительной организации определяет ее способность выдерживать конкурентное давление субъектов-конкурентов на данном рынке, способность организации осуществлять эффективную хозяйственную деятельность. Для ее обеспечения необходимо грамотное использование экономических, организационно-управленческих, производственных, научно-технических, маркетинговых и других средств и ресурсов для проведения эффективной хозяйственной деятельности.

Если мы говорим о конкурентоспособности МССО, необходимо учитывать не только эффективное использование средств и ресурсов территории, а также специфику конкретной отрасли, но и широкий набор всей совокупности факторов, влияющих на деятельность строительных организаций.

1.2 Факторы, влияющие на конкурентоспособность продукции малых и средних строительных организаций

Идентификация факторов, оказывающих влияние на конкурентоспособность строительных организаций, является дискуссионным вопросом в экономической науке, поскольку в силу свойства относительности выявить их с абсолютной точностью не представляется возможным. Наша задача

состоит в попытке проанализировать эти факторы на основе исследований и тенденций развития отечественной экономики, определив именно те из них, которые в первую очередь влияют (или повлияют в будущем) на конкурентоспособность малых и средних строительных организаций.

Данный вопрос стал особенно актуальным в условиях возрастания значимости внешних факторов, на которые у предпринимательских структур нет прямых рычагов воздействия: введение санкций против России, обострение экономического кризиса, резкое падение курса национальной валюты в декабре 2014 г., дефицит и существенное удорожание кредитных ресурсов и ряд других, создающих в совокупности неблагоприятный фон для развития строительной отрасли в целом и МССО, в частности.

Анализ обширной экономической литературы [44, 45, 46, 47] позволяет говорить о различных классификационных основаниях факторов конкурентоспособности строительной организации, которые довольно часто возникают из-за смешения понятий «фактор» и «критерий». Между тем, их значение имеет принципиальное отличие. Если «фактор» (от лат. *factor* - делающий, производящий) рассматривается как причина, движущая сила какого-либо процесса, явления, определяющая его характер или отдельные черты [48], то «критерий» - это качественная и количественная характеристика результатов деятельности строительной фирмы, служащая основанием для оценки ее конкурентоспособности [49].

В этом случае мы поговорим именно о причинах (факторах), прямо или косвенно влияющих на конкурентоспособность организации, а не критериях (показателях), основанных на характеристике результатов ее деятельности, что, впрочем, не исключает необходимости учета совокупного результата деятельности организации в числе факторов конкурентоспособности.

Начнем с типовых факторов обеспечения конкурентоспособности организации, которые, как правило, подразделяют на внешние и внутренние [46] или факторы внешней и внутренней среды.

Исходя из того, что предпосылкой конкурентоспособности организации является конкурентоспособность ее продукции, Р. А. Фатхутдинов указал следующую направленность влияния внешних и внутренних факторов конкурентоспособности товара:

Внешние факторы:

– уровень конкурентоспособности страны (с увеличением этого показателя улучшаются все интегральные и частные показатели конкурентоспособности товара);

– уровень конкурентоспособности отрасли (с увеличением этого показателя улучшаются все интегральные и частные показатели конкурентоспособности товара);

– уровень конкурентоспособности региона (с увеличением этого показателя улучшаются все интегральные и частные показатели конкурентоспособности товара);

– уровень конкурентоспособности организации, выпускаемой товар (с увеличением этого показателя улучшаются все интегральные и частные показатели конкурентоспособности товара);

– сила конкуренции на выходе системы, среди ее конкурентов (старых и новых) (увеличение силы (интенсивности) конкуренции повышает конкурентоспособность товара);

– сила конкуренции на входе системы, среди поставщиков сырья, материалов, комплектующих изделий и других компонентов (увеличение силы (интенсивности) конкуренции повышает конкурентоспособность товара);

– сила конкуренции среди товаров-заменителей (увеличение силы (интенсивности) конкуренции повышает конкурентоспособность товара);

– появление новых потребностей (снижает конкурентоспособность выпускаемого товара);

– уровень организации производства, труда и управления у посредников и потребителей товаров, выпускаемых системой (повышение уровня организации повышает конкурентоспособность товара);

– активность контактных аудиторий (общественных организаций, общества потребителей, СМИ и т. д.) (с увеличением активности контактных аудиторий конкурентоспособность товара повышается).

Внутренние факторы:

– патентоспособность (новизна) конструкции (структуры, состава) товара (с повышением патентоспособности товара повышается его конкурентоспособность);

– рациональность организационных и производственных структур системы (структура должна отвечать принципам рационализации структур и процессов, тогда она будет способствовать повышению конкурентоспособности товара);

– конкурентоспособность персонала системы (повышение конкурентоспособности персонала повышает конкурентоспособность товара);

– прогрессивность информационных технологий (с увеличением удельного веса прогрессивных технологий повышается конкурентоспособность товара);

– прогрессивность технологических процессов и оборудования (с увеличением удельного веса прогрессивных технологий повышается конкурентоспособность товара);

– научный уровень системы управления (менеджмента) (с увеличением количества применяемых научных подходов, принципов и современных методов повышается конкурентоспособность товара);

– обоснованность миссии системы (миссия системы должна быть ориентирована на достижение конкурентоспособности системы и ее товаров).

Не сложно заметить, что характеризуя внешние факторы, Р. А. Фатхутдинов особый акцент делает на: уровне конкурентоспособности, силе конкуренции и уровне организации производства, труда и управления; характеризуя внутренние факторы, ученый явно отдает предпочтение инновационной составляющей в бизнес-процессах организации.

Тогда как профессор А. Н. Асаул считает, что влияние внешней среды характеризуется прямым влиянием микросреды и косвенным влиянием макросреды [50]. Для характеристики внешней макросреды ученый предлагает

использовать следующую группировку показателей: социально-экономическая политика государства, демографическая обстановка, уровень научно-технического прогресса, уровень нравственности и культуры, уровень образования.

Что касается факторов внутренней среды, то ключевыми из них, по мнению А. Н. Асаул, являются [50]:

- параметры, характеризующие продукцию предприятия;
- характеристики производственной подсистемы;
- параметры ресурсного обеспечения;
- характеристики системы управления предприятием;
- параметры состояния подсистемы сбыта продукции;
- параметры, характеризующие финансовое положение.

Изучив подходы известных специалистов в данной области, Р. А. Фатхудинова и А. Н. Асаула, можно сделать вывод, что это принципиально различные подходы. Если один автор выявляет направленность факторов, то другой параметры (показатели), что говорит о том, что первый подход более соответствует факторному подходу, то есть направлен на установление причин (движущих сил), определяющих конкурентоспособность.

Таким образом, мы видим более или менее выраженную группировку факторов по основаниям «направленность» и «параметры» (показатели). При этом многие элементы являются многофакторными характеристиками, которые, в свою очередь, должны рассматриваться как сложные самостоятельные объекты управления (например, параметры, характеризующие качество продукции предприятия).

Исходя из этого, можно определить структуру факторов, влияющих на конкурентоспособность строительной организации на основе общих положений, скорректированных и адаптированных к специфике отрасли и рынка. Для этого выделяются однородные взаимосвязанные группы в составе двух комплексов факторов внешней и внутренней среды. Проблемы в управлении конкурентоспособностью создают повышенные требования к проектированию,

организации и выполнению СМР среди производственно-технологических, научно-технических, организационных факторов внутренней среды.

Поэтому, считаем целесообразным оказывать управляющее воздействие на факторы, влияющие на конкурентоспособность строительных организаций, руководствуясь следующими принципами (рисунок 1).

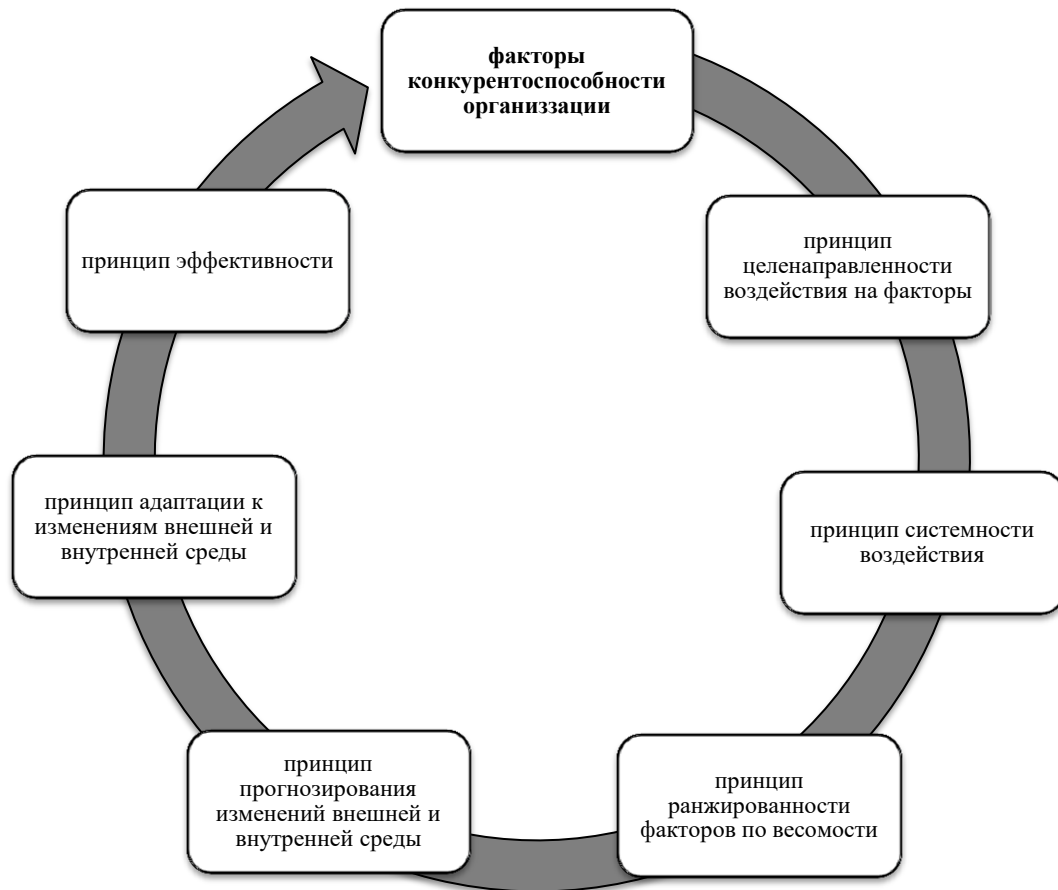


Рисунок 1 – Принципы воздействия на факторы конкурентоспособности строительной организации

С помощью предложенных принципов можно целенаправленно воздействовать на всю совокупность факторов конкурентоспособности строительной организации с точки зрения: целенаправленности, системности, выявления наиболее весомых факторов, прогнозирования изменений и адаптации деятельности организации с учетом рыночной, региональной и отраслевой специфики, эффективности воздействия.

Влияние факторов внешней среды, на наш взгляд, имеет большее значение для конкурентоспособности организации. Это влияние напрямую не зависит от

организации и имеет вероятностный характер. Особенно это касается малых и средних строительных организаций. Поэтому предлагается внешние факторы конкурентоспособности строительной организации рассматривать как *ключевые факторы* (первого уровня), а внутренние – как *вспомогательные факторы* (второго уровня).

Рассматривая факторы первого уровня конкурентоспособности организации, нельзя обойти вниманием ежегодные доклады Всемирного экономического форума (ВЭФ), в которых представлены два индекса, на основе которых составляются рейтинги стран: Индекс глобальной конкурентоспособности (*Global Competitiveness Index, GCI*) и Индекс конкурентоспособности бизнеса (*Business Competitiveness Index, BCI*). *GCI* состоит из 12 слагаемых конкурентоспособности, которые детально характеризуют конкурентоспособность стран мира: «Качество институтов», «Инфраструктура», «Макроэкономическая стабильность», «Здоровье и начальное образование», «Высшее образование и профессиональная подготовка», «Эффективность рынка товаров и услуг», «Эффективность рынка труда», «Развитость финансового рынка», «Технологический уровень», «Размер внутреннего рынка», «Конкурентоспособность компаний» и «Инновационный потенциал» [51].

Не меньший научный интерес представляют многочисленные подходы к оценке конкурентоспособности региона [52, 53, 54, 55, 56]. По мнению Л. Н. Чайниковой, «уровень конкурентоспособности региона в каждый конкретный момент времени определяется совместным воздействием ряда факторов. С точки зрения системного подхода наибольшего внимания заслуживает классификация факторов по источникам происхождения, поскольку именно факторы внешней среды отражают совокупность тех условий, к которым адаптируется регион, а внутренние факторы определяют как возможность, так и эффективность процесса адаптации» [57].

Полагаем, что наиболее полным в настоящее время является сложносоставной Рейтинг конкурентоспособности регионов России *IRPEX*, подготовленный Институтом региональной политики. Для определения

конкурентоспособности регионов и для их ранжирования, рейтингом оцениваются 130 экономических, социальных, финансовых, территориальных факторов. Часть из них берется из официальных источников (статистических данных специальных служб по тарифам, налогам), а часть - из экспертных и социологических опросов. *IRPEX* оцениваются следующие составляющие развития региона: динамика и устойчивость экономического положения региона, уровень конкурентоспособности, вид конкурентных преимуществ, которые смогли обеспечить региону высокую позицию в рейтинге (имеются в виду территориальный, финансовый, социальный или экономический вид конкурентных преимуществ). После тщательного анализа всех показателей конкурентоспособности регионы распределяются по следующим группам: лидирующие, относительно благополучные, средняя группа, отстающие и проблемные [58].

Целесообразно также обратиться к исследованиям Рейтингового агентства строительного комплекса (РАСК) [59], составляющего с 2014 года ежеквартальный рейтинг конкурентоспособности отечественных компаний, занимающихся строительством, реконструкцией и капитальным ремонтом, и представляемого в виде *Индекса конкурентоспособности строительных организаций* (ИКСО). ИКСО – это результат совместной оценки внутреннего состояния субъекта и его внешнего положения в экономической системе, что представляет собой динамический рейтинг (ДР). Основными анализируемыми направлениями деятельности рейтингуемой компании выступают: кадры и квалификация; технико-технологическое обеспечение; финансовое и экономическое состояние; деловая репутация и соблюдение рыночной дисциплины; качество управления компанией.

Обобщая сказанное, уточним классификацию основных факторов, влияющих на конкурентоспособность российских МССО, и на которые следует оказывать управляющее воздействие в целях повышения конкурентоспособности организации с учетом их динамического характера (рисунок 2).

Существует выраженная взаимосвязь внешних и внутренних факторов конкурентоспособности. Так, нормативные факторы внутренней среды для предприятий строительной отрасли можно отнести и к влиянию внешней среды, так как

нормативно-техническая документация разрабатывается на отраслевом уровне и уровне СРО, хотя собственная система нормативных документов существует и на каждом предприятии, а предприятие через СРО может оказывать влияние на формирование отраслевых нормативов [60].

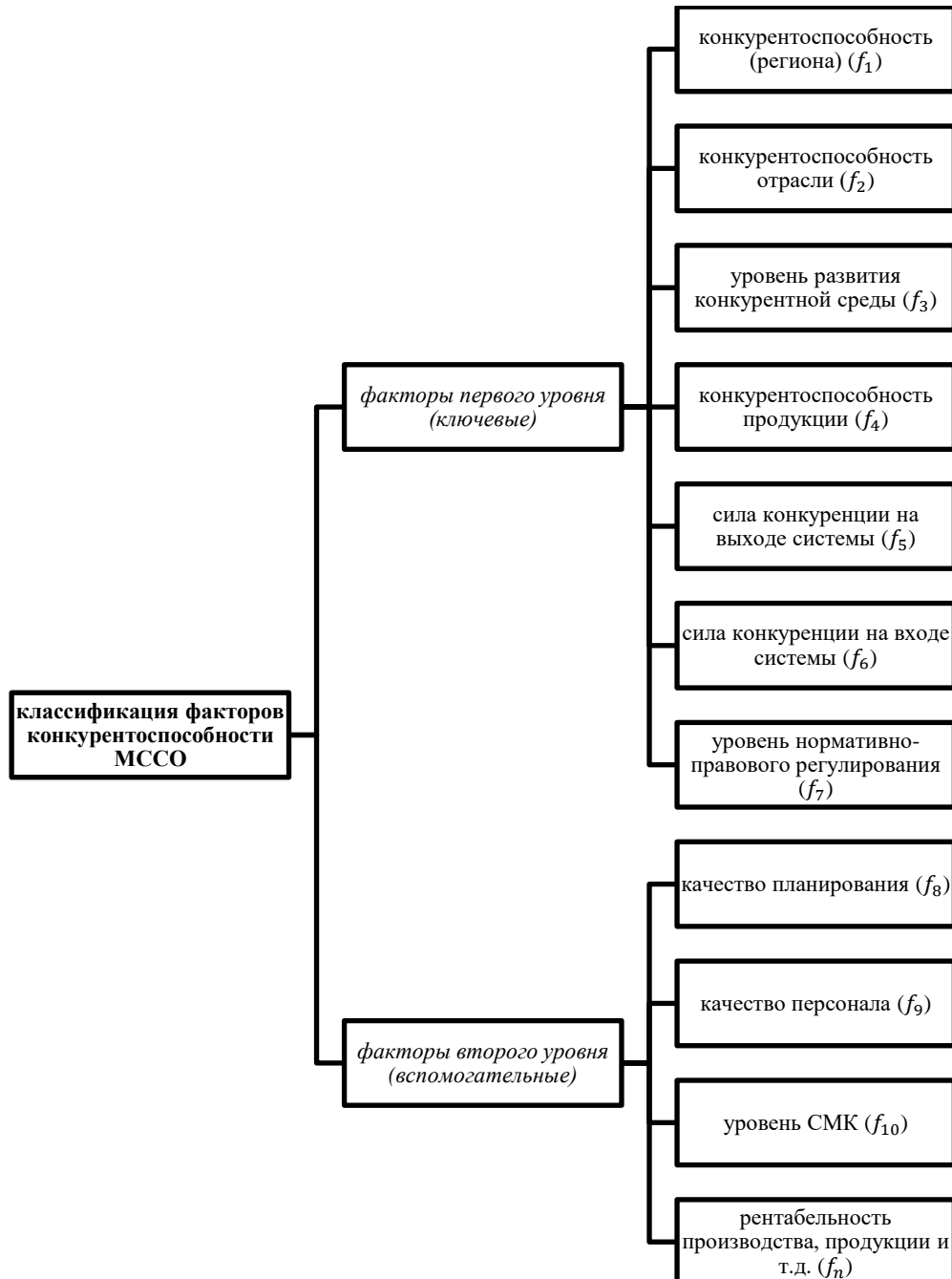


Рисунок 2 – Классификация факторов конкурентоспособности МССО

Схематично взаимосвязь внешних и внутренних факторов конкурентоспособности МССО можно представить таким образом (рисунок 3).

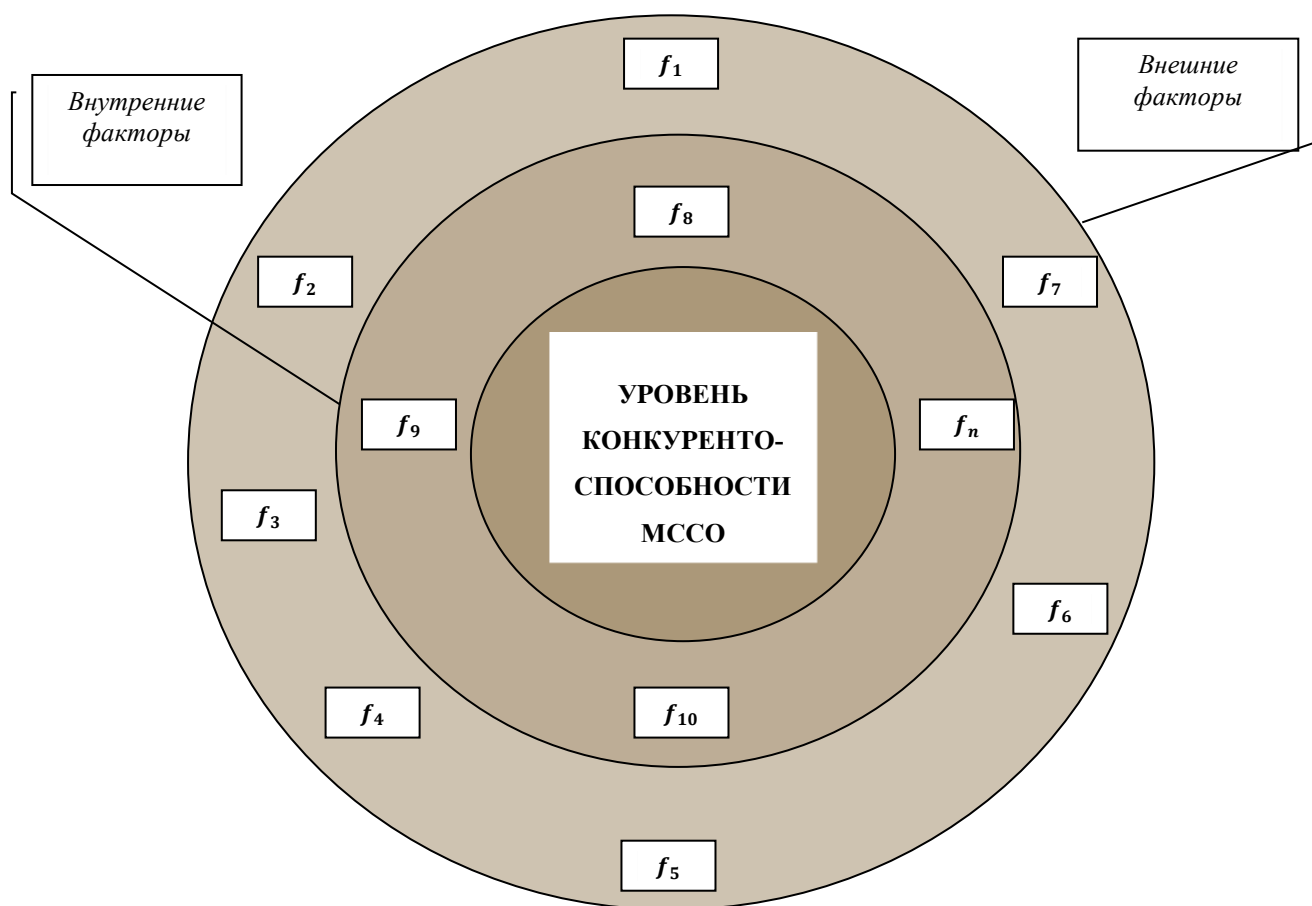


Рисунок 3 – Модель взаимосвязи внешних и внутренних факторов конкурентоспособности МССО

Таким образом, устойчивое развитие любых экономических систем, в том числе МССО, достигается путем преодоления (или эффективного использования, адаптации) различных внешних и внутренних факторов, оказывающих прямое или косвенное воздействие на процессы и результаты деятельности организации.

1.3 Состояние и проблемы функционирования малых и средних строительных организаций

«Идеальные» схемы функционирования строительных организаций, изложенные в зарубежной литературе для условий развитой экономики, законодательной базы, систем государственного и внутриотраслевого регулирования, да-

леко не всегда применимы к реальной российской практике. Поэтому, многие эксперты [61, 62, 63, 64, 65], исследуя проблемный комплекс вопросов, сопутствующих развитию российского рынка строительных работ и услуг, утверждают, что решаются они неэффективно, как на государственном, так и внутриотраслевом уровнях.

Прежде чем, рассмотреть перечень основных проблем функционирования МССО, проанализируем общее положение дел в секторе МСП.

По данным Росстата, по итогам 2014 года в России действовало 2103,8 тыс. ед. малых предприятий, из которых 1868,2 тыс. ед. (или 89%) составляли микропредприятия. На 1 января 2015 года количество зарегистрированных малых предприятий в целом по России увеличилось по сравнению с 1 января 2014 года на 2,0%, среднесписочная численность занятых на малых предприятиях выросла на 0,1%, а удельный вес работников малых предприятий в общей среднесписочной численности занятых достиг уровня 23,7%. Объем оборота малых предприятий вырос на 6,3% (с поправкой на индекс потребительских цен (ИПЦ) оборот, напротив, уменьшился на 4,6%), рост инвестиций в основной капитал на малых предприятиях составил 20,7% (с поправкой на ИПЦ объем инвестиций в основной капитал вырос на 8,4%).

Численность средних предприятий составляла 13,7% от общего количества предприятий. При этом, их количество снизилось по сравнению с 2011 г. почти в два раза.

Если посмотреть на общую динамику численности занятых в МСП (рисунок 4) то она увеличилась чисто технически. Прирост был обеспечен сегментом микропредприятий, численность занятых на которых прибавила чуть более 2,5%, в то время как в сегменте малого бизнеса она сократилась на 1,5%.

Наиболее серьезным потрясением для бизнеса следует признать кризис на валютном рынке в декабре 2014 г., заставивший Центральный Банк России резко увеличить ключевую ставку до 17%, что сразу же повлекло удорожание банковских кредитов. В настоящее время ключевая ставка зафиксирована на уровне 11%.

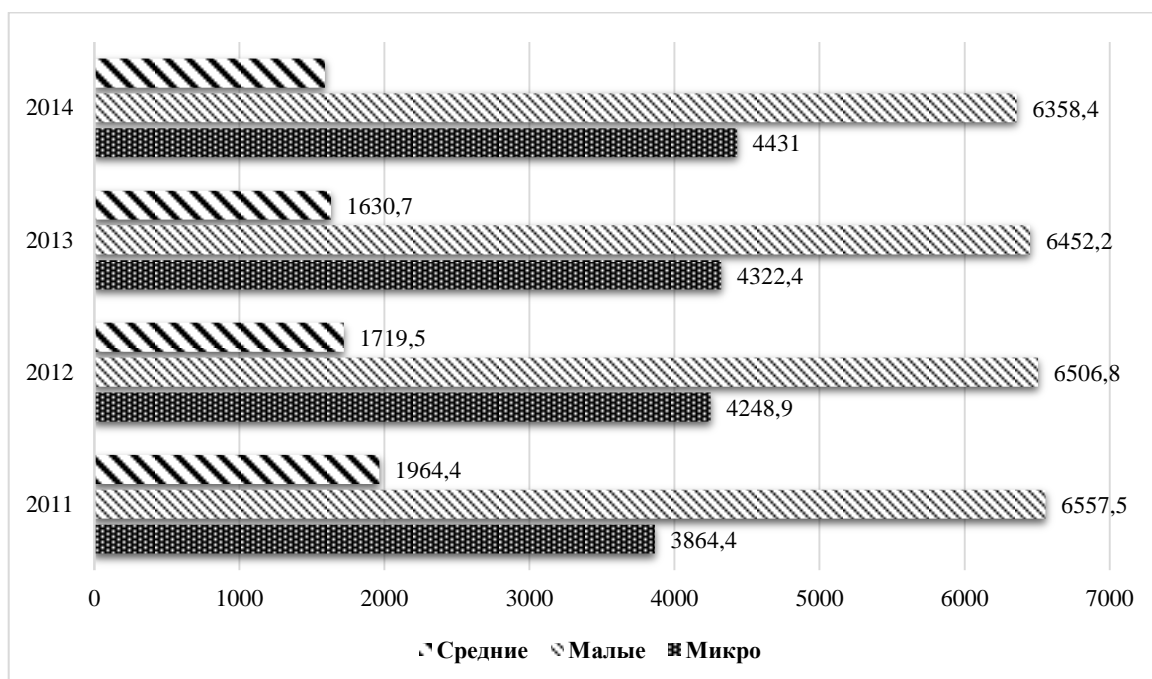


Рисунок 4 – Динамика среднесписочной численности занятых в сегменте МСП - юридических лиц в 2011-2014 гг., тыс. чел.

Как следует из результатов независимого исследования МСП-банка - «Финансовое состояние и ожидания малого и среднего бизнеса - 2015» [66], об ухудшении предпринимательского климата в стране предприниматели говорят с 2012 года. Но, в 2015 году уровень пессимизма обновил рекорд: более половины опрошенных предпринимателей (53,4%) заявили об ухудшении условий для ведения деятельности, причем более 10% - об ухудшении серьезном. Смягчение климата заметили только 4,1% респондентов, значительное его «потепление» - лишь 0,2%.

Динамику финансового положения своих компаний за 2014 год большинство опрошенных руководителей оценило, как негативную. Сильнее всего пострадал оборот предприятий, негативно охарактеризовавших его изменение, оказалось в 2,5 раза больше, чем тех, кто отметил увеличение этого показателя. Каждый третий предприниматель не увидел серьезных изменений [66] (рисунок 5).

В числе наиболее серьезных проблем, сдерживающих развитие бизнеса, предприниматели назвали: острую конкуренцию, проблему с доступом к кредитам или другим формам заемного финансирования, высокое налоговое бремя, ад-

министративные барьеры, коррупцию и криминал, слабое развитие инфраструктуры в своем регионе [66] (рисунок 6).

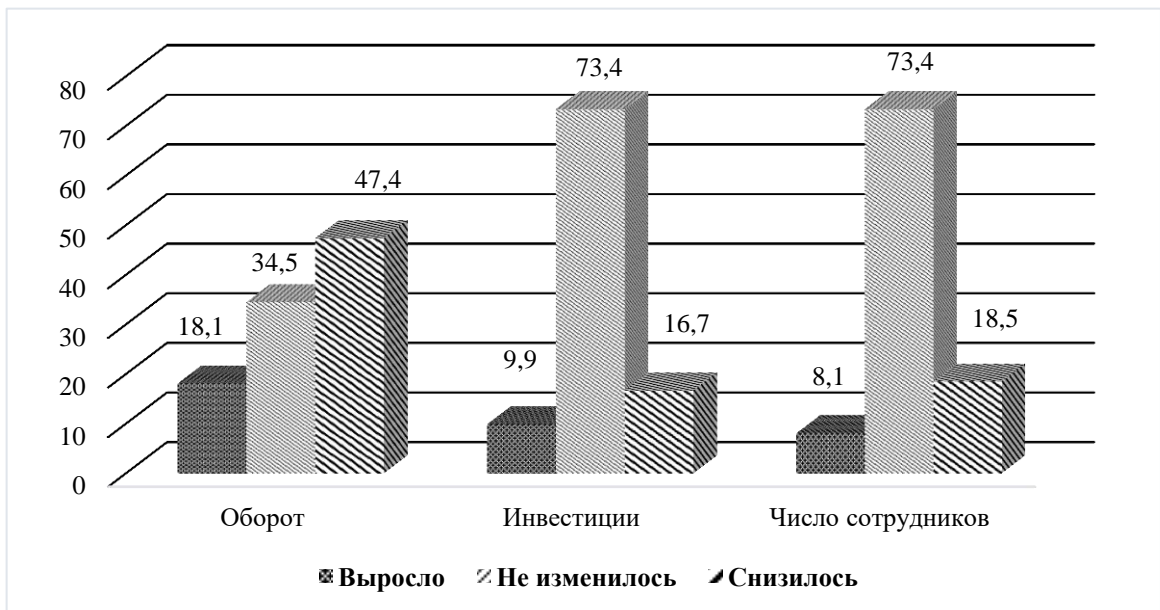


Рисунок 5 – Оценка отдельных характеристик состояния компаний предпринимателями, %



Рисунок 6 – Наиболее важные проблемы, сдерживающие развитие МСП в России, %

В 2015 году самой важной проблемой предприниматели назвали острую конкуренцию (27,3%). Второе место в списке негативных факторов, сдерживающих развитие бизнеса, заняла проблема с доступом к кредитам или другим формам заемного финансирования (23,5%). Высокий уровень налогов занял 3 позицию.

На начало 2015 года в стране действовало 483,6 тыс. предприятий строительной отрасли, что составляет 9,9% от общего числа предприятий.

В качестве основного источника инвестиционных ресурсов предприниматели традиционно рассматривают собственные средства. При этом в кризисных условиях предприниматели в большей степени склонны рассчитывать на свои силы и меньше - занимать на развитие бизнеса.

Анализ состояния МССО является сложной задачей, поскольку этот сектор отличается крайней непрозрачностью. По данным РАСК, в России лишь пять застройщиков являются полностью информационно открытыми (имеют рейтинг информационной открытости А) [59] и все они относятся к крупным компаниям.

По информации Росстата, в последние годы основными факторами, сдерживающими деятельность строительных организаций, являются «высокий уровень налогов» (на этот фактор указывали 39% опрошенных руководителей организаций), «конкуренция со стороны других строительных фирм» (30%), «неплатежеспособность заказчиков» (27%).

По данным НИУ ВШЭ [67], среди факторов, из всего комплекса проблем, лимитирующих строительную деятельность в III квартале 2015 г., наибольшее беспокойство предпринимателей вызвали «слабый внутренний спрос на свои услуги со стороны заказчиков», «высокий уровень налогов», «неплатежеспособность заказчиков», «высокая стоимость материалов, конструкций и изделий» и «недостаток финансирования».

Важной особенностью данного сектора экономики является тот факт, что именно в строительстве резко возросла доля предбанкротных организаций. Причем это касается не только слабых в финансовом отношении малых фирм, но и

крупных организаций, являющихся чуть ли не монополистами в своих сегментах строительного рынка, например, НПО «Мостовик» и СУ-155.

Негативные тренды в секторе строительства свойственны и такому благополучному региону, как Санкт-Петербург. На первый взгляд ситуацию драматической не назовешь. По состоянию на 2015 год Санкт-Петербург занимал лидирующие позиции по основным показателям развития малого и среднего предпринимательства: первое место по количеству малых предприятий на 1 тыс. жителей (52,4 единицы); второе место по доле занятых на малых предприятиях в общей среднесписочной численности занятых (30 %); второе место по доле оборота малых предприятий на душу населения от среднего по Российской Федерации (166,2 %).

Согласно данным Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Санкт-Петербургу и Ленинградской области (Петростата) на 01.01.2014 на территории Санкт-Петербурга осуществляли свою деятельность 364,7 тыс. субъектов малого и среднего предпринимательства, в том числе: 241 тыс. микропредприятий (66,1%); 20 тыс. малых предприятий (5,5 %); 103,2 тыс. индивидуальных предпринимателей (28,3 процента); 498 средних предприятий (0,1 %).

Отраслевая структура МСП Санкт-Петербурга (рисунок 7) показывает, что строительство занимают долю, равную 7,9% [141].

В январе-сентябре 2015 года количество малых предприятий увеличилось по сравнению с аналогичным периодом 2014 г. на 2,7 % и составило 19,7 тыс. ед., из них в строительстве - 2416 ед. (12,2%). Численность занятых составила 353,6 тыс. человек, в том числе в строительстве 51,7 тыс. (15,9 %). Оборот малых предприятий в регионе за указанный период составил 827,2 млрд. руб., что на 3,5% больше, чем за тот же период 2014 г. Оборот строительных компаний составил 82328 млн. руб. (11,9% от общего объема).

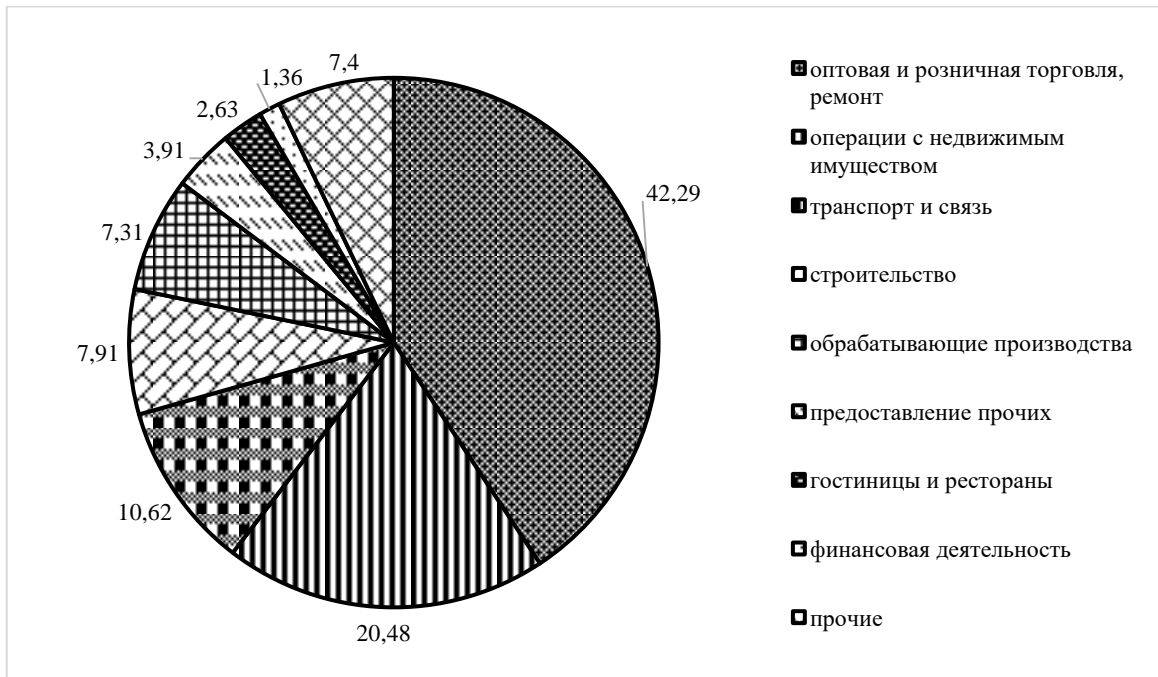


Рисунок 7 – Отраслевая структура МСП Санкт-Петербурга

В IV квартале 2014 г. (в «пик» кризиса) руководители 80% строительных организаций в целом по СЗФО оценили экономическую ситуацию в строительстве как «удовлетворительную», 12% – как «неудовлетворительную» и только 8% - как «благоприятную». Примечательно, что в Северо-Западном федеральном округе ситуация несколько лучше, чем в среднем по стране, но если в Санкт-Петербурге показатель составил 8%, то в Ленинградской области лишь 2%, а в Республике Карелия как «благоприятную» ситуацию в строительстве не оценил никто (таблица 1) [140].

В I квартале 2015 г. 74 % руководителей строительных организаций не ожидали ее изменения, 18 % - считали, что экономическая ситуация в строительстве улучшится, 8 % – ожидали ее ухудшения.

Таблица 1 – Оценка экономической ситуации в строительстве руководителями строительных организаций СЗФО в IV квартале 2014 года

в % от числа обследованных организаций

	Благоприятная	Удовлетворительная	Неблагоприятная
Российская Федерация	8	80	12
Северо-Западный федеральный округ	9	83	8
Республика Карелия	-	93	7
Республика Коми	27	56	17

Продолжение таблицы 1

	Благоприятная	Удовлетворительная	Неблагоприятная
Архангельская область	13	72	15
Вологодская область	1	87	12
Калининградская область	8	72	20
Ленинградская область	2	85	13
Мурманская область	5	67	28
Новгородская область	8	77	15
Псковская область	3	84	13
г.Санкт-Петербург	8	90	2

Индекс предпринимательской уверенности в IV квартале 2014 г. составил (-11%), что на 3 процентных пункта ниже, чем в IV квартале 2013 г. и на 5 процентных пунктов ниже, чем в III квартале 2014 года. В СЗФО ситуация выглядит оптимистичнее средней по стране, но в разрезе субъектов дифференциация очень велика (от значения 5 в Санкт-Петербурге, до -32 в Архангельской области) (таблица 2).

Таблица 2 – Индекс предпринимательской уверенности в строительстве баланс оценок, в %

	IV квартал 2013 г.	IV квартал 2014 г.
Российская Федерация	-8	-11
Северо-Западный федеральный округ	-1	-5
Республика Карелия	-6	-28
Республика Коми	8	-8
Архангельская область	-13	-32
Вологодская область	-7	-15
Калининградская область	-27	-25
Ленинградская область	5	-6
Мурманская область	-20	-20
Новгородская область	-17	-20
Псковская область	-25	-28
г.Санкт-Петербург	3	5

Средний уровень обеспеченности финансированием строительных организаций составил 5 месяцев. Хуже обеспечены финансовыми ресурсами организации с численностью до 50 человек (3 месяца), наиболее обеспечены - крупные строительные организации (7 месяцев).

Это в целом по стране подтверждают данные Центра конъюнктурных исследований Института статистических исследований и экономики знаний НИУ «Высшая школа экономики», во всех округах РФ, кроме Крымского, в оценках обеспеченности строительных организаций собственными финансовыми ресурсами имели место негативные настроения (таблица 3) [136].

Таблица 3 – Динамика оценки изменения обеспеченности собственными финансовыми ресурсами строительных организаций федеральных округов РФ
баланс оценок, в %

	2014 г.		2015 г.
	I кв.	IV кв.	I кв.
Центральный федеральный округ	- 11	- 16	- 10
Северо-Западный федеральный округ	- 17	- 7	- 15
Южный федеральный округ	- 12	- 6	- 13
Северо-Кавказский федеральный округ	+ 2	- 1	- 2
Приволжский федеральный округ	- 1	- 4	- 6
Уральский федеральный округ	- 3	- 8	- 7
Сибирский федеральный округ	- 1	+ 2	- 16
Дальневосточный федеральный округ	+ 2	- 15	- 21
Крымский федеральный округ			+ 4

Таблица 3 показывает, что в СЗФО, в I квартале 2015 г. изменение обеспеченности собственными финансовыми ресурсами снизилось на 8 пунктов.

Наряду с результатами этих исследований, эксперты указывают и на другие факты. Так, на сегодня практически не существует элементов инфраструктуры поддержки предпринимательства, финансирующих стартовый капитал. В первую очередь это относится к банкам и другим кредитно-финансовым учреждениям. Причин тому несколько: отсутствие обеспечения; под вопросом находится уровень компетенции персонала, стабильность бизнеса и тенденции его развития находятся в зоне неопределенности и т.д. [65].

Назовем эту проблему – *проблема входа на рынок*. Совершенно очевидно, что без стартового капитала даже самая блестящая идея не может быть реализована. Это особенно справедливо для сектора МССО, где предпринимателям необходимы значительные инвестиционные ресурсы для осуществления своей деятельности на начальном этапе. Несмотря на постоянную декларацию

государственной поддержки МСП, за последние годы практически ничего в данном направлении не предпринято. «Грантовая» поддержка новых МСП, предоставляемая на региональном уровне, несопоставима с реальными потребностями предпринимателей.

В этом же ряду находится *проблема финансирования МССО и доступности кредитных ресурсов*. Инвесторы, включая банки, традиционно испытывают недоверие к МССО в силу высоких рисков, свойственных данному сектору экономики и отдают предпочтение крупным компаниям. Имея в виду высокий уровень риска банкротства малого или среднего предприятия, инвесторы склонны либо вообще не рассматривать кредитно-инвестиционные запросы малых фирм, либо выдвигать неприемлемо жесткие условия предоставления средств в части уровня процента за кредит, обеспечения, сроков возврата и т. п. И это закономерно. Достаточно сказать, что поддержка строительной отрасли в среднесрочной и долгосрочной перспективе со стороны Правительства РФ будет осуществляться, прежде всего, в отношении крупных инвестиционно-строительных проектов, которые смогут реализовать только крупные компании.

В тесной взаимосвязи с указанными проблемами находится *проблема монополизации рынка*, которая вполне укладывается в фактор «конкуренция со стороны других строительных фирм», указанный респондентами-руководителями. Крупные инвестиционно-строительные компании, обладая значительными инвестиционными и административными ресурсами, фактически не оставляют шансов для развития независимым МССО. Общеизвестно, что подавляющее большинство действующих на рынке МССО являются дочерними структурными подразделениями крупных холдингов, аффилированными организациями.

М.А. Бартенев, изучавший рынок жилищного строительства, отмечает, что одним из значимых факторов, ограничивающих потенциал обеспечения конкурентоспособности строительных организаций, являются недостаточный уровень развития конкурентной среды на данном рынке и несовершенство реализуемого механизма обеспечения конкурентоспособности строительных организаций, что подтверждается: значительным уровнем монополизации крупных верти-

кально интегрированных строительных организаций, ограничивающих уровень конкуренции и создающих угрозу развитию малого и среднего строительного бизнеса; опережающим темпом роста средней цены одного квадратного метра общей площади на первичном рынке жилья над темпом роста ввода в действие жилых домов; недостаточной эффективностью механизма управления процессом обеспечения конкурентоспособности строительных организаций; несовершенством метода оценки конкурентоспособности строительных организаций [61].

Еще одна сторона проблемы монополизации – *несовершенный механизм взаимодействия МССО с компаниями-монополистами*. Условия подключения объектов недвижимости к инженерной инфраструктуре выступают одним из наиболее «непрозрачных» механизмов, требующих особого внимания государства.

Проблему доступности земельных ресурсов для МССО также невозможно решить без участия государства. Относительно состояния рынка земли, следует заметить, что в России сложилась парадоксальная ситуация. С одной стороны, наша страна является крупнейшим в мире обладателем земельных ресурсов. По состоянию на 1 января 2014 г. земельный фонд РФ составлял 1709,8 млн. га или 12% от всей территории планеты. С другой стороны, только 7% земельного фонда находится в собственности населения, а в собственности государства – 93%. Не углубляясь в причины такого дисбаланса, сегодня можно констатировать как неиспользование или неэффективное использование большей части земельного фонда, так и крайнюю «непрозрачность» земельного рынка (до 90% земель под строительство выделяются волевым решением местных власти, без проведения аукционов [64]), что очевидным образом противоречит принципам конкуренции и имеет огромную коррупционную емкость.

Административные барьеры и коррупцию можно вообще назвать ключевой проблемой МССО, взаимосвязанной с проблемами входа на рынок, монополизацией, доступностью финансовых и земельных ресурсов.

В настоящее время порядка 50 государственных организаций и неправительственных организаций СРО имеют право контролировать те или иные аспекты деятельности предпринимателя в строительстве. Практически все законодательные акты, регулирующие активность малых форм предпринимательства, требуют подзаконных нормативных документов, что в свою очередь создает благоприятную почву для бюрократического беспредела.

Многие годы существует *проблема неэффективности государственной поддержки МСП*. У нас сложился некий «набор» государственных услуг от различных ведомств или «аффилированных» с этими ведомствами общественных и коммерческих организаций, оказывающих в той или иной степени поддержку предпринимателям, особенно, в крупных городах, но весьма далекий от цели создания условий для свободного конкурентного предпринимательства.

На протяжении многих лет процесс развития инфраструктуры поддержки предпринимательства фактически имел «кампанейский» характер. Открытие деловых центров, технопарков, бизнес-инкубаторов, оффшоров на отдельных территориях принципиально ситуацию не меняли.

В последние годы процесс создания структуры поддержки МСП практически зашел в тупик. Учитывая эти сложности и низкую эффективность деятельности всевозможных государственных и негосударственных фондов, агентств, комитетов, департаментов и т.п., Правительством было принято решение создать единую структуру поддержки МСП. В результате, в 2015 году на очередной «волне» внимания к МСП появилось Акционерное общество «Федеральная корпорация по развитию малого и среднего предпринимательства» (АО Корпорация МСП), созданное на базе АО «Небанковская депозитно-кредитная организация «Агентства кредитных гарантий».

Заявлено, что Корпорация МСП осуществляет свою деятельность в качестве института развития в сфере малого и среднего предпринимательства в целях координации оказания поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства. Однако, основная функция Корпорации сводится к организации и контролю

госзакупок, тогда как приоритетная задача сохранения и развития конкурентной среды для МСП в главных задачах этой структуры не значится.

Казалось бы, настоящим прорывом в конце 2015 года стала презентация Минэкономразвития проекта стратегии развития малого и среднего предпринимательства до 2030 года, цель которой - развитие МСП как одного из факторов, с одной стороны, инновационного развития и улучшения отраслевой структуры экономики, а с другой - социального развития и обеспечения стабильно высокого уровня занятости. По мнению разработчиков стратегии, комфортная среда для бизнеса - та формула, которая должна обеспечить реализацию предпринимательского потенциала населения.

Но, если проанализировать проект стратегии более детально, обращает на себя внимание несовершенство механизмов финансового обеспечения государственной поддержки МСП. При всей масштабности поставленных задач в качестве институтов финансовой поддержки предпринимательства Правительство назначило три субъекта: Правительство, АО «МСП Банк» и Корпорацию МСП. Ни для банковского сектора, ни для других частных инвесторов не предложено ни одного стимула для участия в финансировании малого и среднего бизнеса. По сути, распределение инвестиций опять будет скоцентрировано в руках государства, а, следовательно, чиновников. Это само по себе ограничивает конкурентное начало в распределении ресурсов и означает высокую вероятность использования коррупционных схем. Общий объем финансирования стратегии уточняется, но уже сейчас предполагается, что сумма господдержки будет колоссальная.

Много преференций для бизнеса четко не закреплено в федеральном законодательстве и отдано на откуп региональным и муниципальным чиновникам. Например, в настоящее время субъектами РФ могут приниматься законы о «налоговых каникулах» для индивидуальных предпринимателей. Главное условие их предоставления - переход в течение двух лет после вступления в силу таких законов на упрощенную (УСН) или патентную систему налогообложения. Ставка по данным налогам составит 0% на два налоговых периода со дня регистрации предпринимателя [68].

Таким образом, преференция носит условный характер. Решение о введении «налоговых каникул» принимается на региональном уровне. Не трудно предположить, что далеко не все из регионов решатся применять эту льготу, так как это влечет потерю доходов региональных и муниципальных бюджетов.

Обобщая весь комплекс проблем МСП, а также опираясь на экспертные отчеты и собственные наблюдения, все проблемы МССО можно разделить на две основные группы: *системные* (связанные с несовершенством деятельности государства) и *специфические* (вызванные особенностями деятельности организаций отрасли) (таблица 4).

Таблица 4 – Проблемы, препятствующие функционированию МССО в России

Системные проблемы		Специфические проблемы	
1. Проблема входа на рынок	<ul style="list-style-type: none"> - несовершенство законодательства во всех сопряженных с МССО направлениях; - административные барьеры на пути создания и развития МССО; - чрезмерный уровень налогового бремени; - коррупция, порождаемая громоздкостью и неэффективностью государственного бюрократического аппарата; - низкое качество финансовой инфраструктуры; - неразвитость инновационно-производственной инфраструктуры малого и среднего предпринимательства. 	Проблема качества управления	<ul style="list-style-type: none"> - недостаточный уровень финансового менеджмента; - дефицит финансовых ресурсов; - низкое качество кадров, как рядовых, так и руководящих.
2. Проблема финансирования и доступности кредитных ресурсов		Проблема ресурсного обеспечения	
3. Проблема монополизации рынка		Проблема кадрового обеспечения	
4. Проблема доступности земельных ресурсов		Проблема снижения потребительского спроса.	
5. Проблема административных барьеров и коррупция			
6. Проблема неэффективности государственной поддержки МСП		<ul style="list-style-type: none"> - высокая вероятность использования коррупционных схем; - отсутствие стимулов для привлечения частных инвестиций. 	

Выводы по первой главе:

1) авторское определение «конкурентоспособности строительной организации» – это совокупность реальных и потенциальных способностей (возможностей, умений, компетенций) организации отрасли строительства

производить продукцию (товары, услуги), равнозначную или превосходящую по своим потребительским характеристикам продукцию конкурентов. Таким образом, конкурентоспособность строительной организации можно представить как относительную характеристику объекта – степень потенциального или реального удовлетворения ею конкретной потребности по сравнению с аналогичными объектами, функционирующими на данном рынке;

2) влияние факторов внешней среды, на наш взгляд, имеет большее значение для конкурентоспособности организации. Это влияние напрямую не зависит от организации и имеет вероятностный характер. Особенно это касается малых и средних строительных организаций. Поэтому предлагается внешние факторы конкурентоспособности строительной организации рассматривать как *ключевые факторы* (первого уровня), а внутренние – как *вспомогательные факторы* (второго уровня);

3) на сегодняшний день трудно говорить о наличии эффективной концепции развития субъектов МСП вообще и МССО, в частности. Поэтому необходимо изменить подход к поддержке МСП с учетом создания подлинно конкурентной среды, а также с упором на решение одной из главных проблем – дефицита финансовых ресурсов.

ГЛАВА 2 АНАЛИЗ ПОДХОДОВ К ОЦЕНКЕ И ОБЕСПЕЧЕНИЮ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МАЛЫХ И СРЕДНИХ СТРОИТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

2.1 Содержание конкурентного потенциала малых и средних строительных организаций

Как мы неоднократно подчеркивали выше, в современных кризисных условиях вопросам обсуждения методологического инструментария обеспечения конкурентоспособности МССО следует уделять повышенное внимание. Успех любого предприятия на рынке в значительной степени обеспечивается емкостью ее конкурентного потенциала, имеющего не статический, а динамический характер, так как, несмотря на привязанность составляющих элементов конкурентного потенциала к конкретным условиям и причинам процесса их формирования и развития, они имеют тенденцию к изменениям [43].

В научной литературе представлены различные подходы к сущности, структуре и содержанию элементов конкурентного потенциала организации (КПО). Основателями ресурсной концепции в экономике принято считать представителей «школы ресурсов, способностей и компетенций». Хотя истоки ресурсной концепции можно обнаружить еще в классических работах по экономической теории прибыли и конкуренции (Д. Рикардо, Й. Шумпетер), управлению организациями (Ф. Селзник) и стратегии фирмы (К. Эндрюс). Основу этой концепции заложила статья Б. Вернерфельта «Ресурсная трактовка фирмы» (1984 г.), в которой впервые была указана «полезность анализа фирмы, скорее с точки зрения ее ресурсов, чем продуктов» [69].

В начале 90-х гг. прошлого столетия ресурсный подход получил новый импульс развития в теории стратегического управления в фундаментальных работах Р. Гранта, И. Дирекса, С. Монтгомери, К. Прахалада, Г. Хамела, Д. Тиса и др. Значимый вклад в ресурсную теорию внесли, в частности, статьи К. Прахалада и

Г. Хамела «Ключевая компетенция корпорации» [70], Р. Гранта «Ресурсная теория конкурентных преимуществ. Практические выводы для формулирования стратегии» [71] и Д. Тиса «Динамические способности фирмы и стратегическое управление» [72].

Для отечественной экономической науки более характерным долгое время было употребление понятия «производственный потенциал», которое еще в 70-х гг. XX века впервые применил А.И. Анчишкин. Ученый рассматривал его как набор ресурсов, которые в процессе производства принимают форму факторов производства» [73].

В дальнейшем вопросы сущности конкурентного потенциала подробно рассматривались в рамках ресурсного подхода Г. Л. Азоевым, Г. В. Бережновым, Д. В. Галушко, В. С. Катькало, И. В. Савинковой, Ю. Б. Рубиным, Я. Ю. Салиховой, Х. А. Фасхиевым, Р. А. Фатхутдиновым, И. А. Щегловым и другими учеными.

При *ресурсном подходе* к содержанию конкурентного потенциала уникальность создания ценности достигается благодаря уникальным характеристикам самой фирмы, в первую очередь ее ресурсам, способностям, компетенциям (потенциалам), которые в совокупности формируют ее конкурентные преимущества.

Термин «ресурсы» (от франц. *ressource*) – это средства, запасы; источники средств, доходов [74]; количественная мера возможности выполнения какой-либо деятельности; условия, позволяющие с помощью определенных преобразований получить желаемый результат. Ресурсы - это потенциал организации. Их стратегическое значение состоит, во-первых, в заключающихся в них возможностях разрабатывать оптимальную для субъекта стратегию, используя резервы ресурсов, во-вторых, влиять на рынок через воздействие на конкурентов организации доступными средствами, в-третьих, концентрировать ресурсы на решении стратегических целей организации [75].

«Потенциал» (от лат. *potentia* - возможность, мощь, сила) в Толковом словаре С. И. Ожегова и Н. Ю. Шведовой определяется как «...совокупность ка-

ких-нибудь средств, возможностей...» [76]. Потенциал в экономическом смысле означает «совокупность различных видов ресурсов, включая материальные, финансовые, интеллектуальные, научно-технические и иные, с помощью которых можно получить определенные результаты, например интеллектуальный потенциал, производственный потенциал, предпринимательский потенциал» [77]; «...обобщенная, собирательная характеристика ресурсов» [78]. Потенциал компании - это «способность комплекса ресурсов решать поставленные перед компанией задачи» [72].

Далее вспомним Ж. Ж. Ламбена, который говорил: «Фирма конкурентоспособна, если у нее есть конкурентное преимущество...» [5]. Конкурентные преимущества исследователи понимают, как: создание с более низкими издержками и быстрее, чем у конкурентов, ключевых компетенций, на основе которых рождаются непредвиденные ранее продукты [70]; отличительные процессы (способы координации и комбинирования), сформированные вследствие наличия у фирмы специфических активов и траектории эволюционного развития [72]; «...элемент (или сочетание элементов) стратегии бизнеса, который обеспечивает существенное преимущество над существующими и будущими конкурентами» [79]; «... эксклюзивная ценность, которой обладает организация и которая дает ей превосходство перед конкурентами» [80].

Большинство сторонников ресурсного подхода [82, 83] едины в том, что конкурентный потенциал представляет собой внутренние и внешние конкурентные возможности фирмы, которые позволяют вести эффективную конкурентную борьбу на рынке за счет формирования конкурентных преимуществ на основе использования материальных и нематериальных ресурсов.

Исходя из этого, роль конкурентного потенциала в процессе формирования конкурентоспособности организации можно представить следующим образом. (рисунок 8)

Таким образом, существует причинно-следственная связь между понятиями: ресурсы, конкурентный потенциал, конкурентные преимущества и конкурентоспособность. Внешние и внутренние конкурентные возможности

(потенциалы), в основе которых лежат материальные и нематериальные ресурсы организации, формируют совокупный конкурентный потенциал и создают внешние и внутренние конкурентные преимущества, которые, свою очередь образуют конкурентоспособность организации.

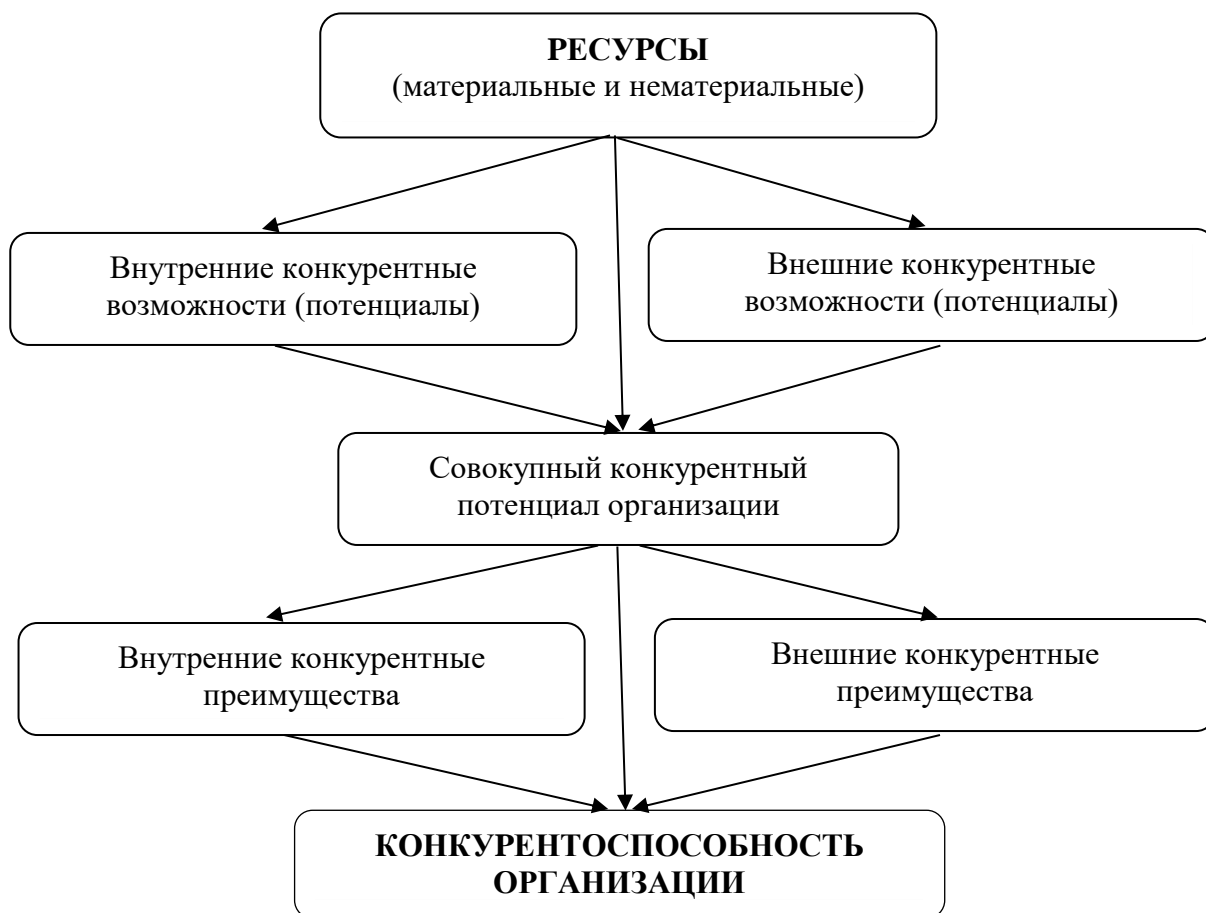


Рисунок 8 – Процесс формирования конкурентоспособности организации

К настоящему времени в экономической науке сформировалось устойчивое мнение, что конкурентоспособность организаций все меньше зависит от внешней среды и все больше от эффективности использования внутренних ресурсов [83]. Но среди исследователей есть и разногласия. Главным образом они сконцентрированы вокруг содержания внутренних элементов КПО. Так, Р. А. Фатхутдинов [80] подразделяет внутренние конкурентные преимущества организации на шесть групп: структурные, ресурсные, технические, управленческие, рыночные, эффективность функционирования предприятия.

С точки зрения Ю. Б. Рубина, внутренний ресурсный потенциал представляет собой совокупность различных ресурсов, которые находятся в распоряжении предпринимательской структуры и используются в процессе производственной деятельности. В состав этой совокупности ресурсов входят земельные площади, производственные мощности, численность и качество персонала, финансовые ресурсы, мастерство менеджеров, прочность внутренних организационных структур, эффективность стратегических и управленческих установок, многообразие методов взаимодействия с другими субъектами бизнеса [84].

Есть также мнение, что внутренний ресурсный потенциал подразделяется на две группы: на осязаемые компоненты и неосязаемые. Осязаемые представлены элементами социально-экономического потенциала, имеющими физическую природу и являющимися материальными объектами. К неосязаемым относятся организационные компетенции, то есть те, которые не имеют физической натуральной формы, но наделены «неосязаемой ценностью». В состав первой относятся производственный, экономический, финансовый. Ко второй компоненте - информационно-коммуникационный, инновационно-технологический, маркетинговый потенциал, потенциал менеджмента, логистический потенциал. Кадровый потенциал относится как к осязаемому, так и неосязаемому, так как он включает в себя и те и другие элементы ресурсов [43].

К *внешнему (внепроизводственному) конкурентному потенциалу*, как считают исследователи, относится потенциал, формируемый под воздействием рыночных и природно-климатических условий: народно-хозяйственные, региональные, районные, зависящие от местной ресурсно-сырьевой базы, распределения трудовых и природных ресурсов, климатических и поясных различий, кооперирования и специализаций предприятий, расположенных на территории данного региона, области, экономического района [85].

Особый интерес представляет точка зрения авторов [86], которые считают, что КП имеет два основных источника: 1) эксплуатация природного ресурсного потенциала территории, а также факторов производства; 2) инновационный путь. Следовательно, эти исследователи подразделяют конкурентные преимущества на

два основных вида: ресурсно-факторные и инновационно-технологические, предполагая их разумное сочетание.

В строительной отрасли в КПО целесообразно включать две группы конкурентных преимуществ, включающих соответствующие потенциалы: 1) *ресурсно-факторные* (производственный, финансовый, кадровый); *инновационно-технологические* (организационный, информационный, маркетинговый, инвестиционный и инновационный).

С учетом вышесказанного, представим свое видение структуры совокупного конкурентного потенциала строительной организации, которая представляет собой сложную систему взаимосвязи экономических, социальных, финансовых, технических и технологических потенциалов (рисунок 9).

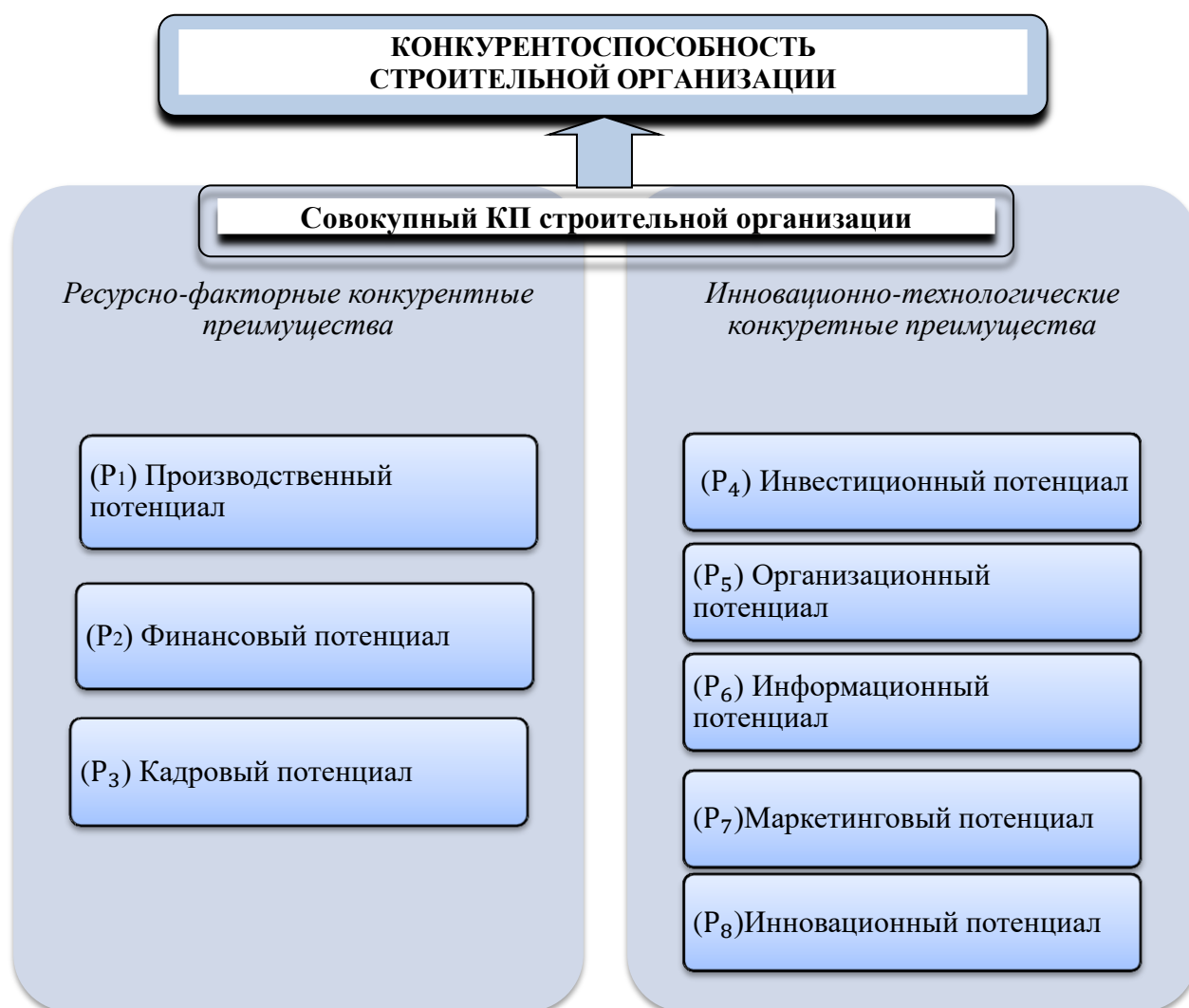


Рисунок 9 – Структура совокупного конкурентного потенциала строительной организации

I. Ресурсно-факторные конкурентные преимущества.

Производственный потенциал (P_1) – «имеющиеся и потенциальные возможности производства, наличие самих факторов производства, его обеспеченность определяющими видами ресурсов» [87], которые в строительной организации состоят из основных фондов (земельных ресурсов, машин, оборудования, производственных мощностей), оборотных средств (материалов, запасов) и прочих ресурсов, т.е. всего того, что предприятие непосредственно использует в процессе производства строительной продукции, или может использовать в будущем.

Финансовый потенциал (P_2) определяется наличием и доступностью финансовых ресурсов, то есть источников финансирования деятельности предприятия [88]. Элементами финансового потенциала являются: объем продаж; рост объема продаж; чистая прибыль; рентабельность продаж; капитализация; затраты на рубль продаж; коэффициент текущей ликвидности; коэффициент автономии; коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами и другие.

Кадровый потенциал (P_3) – совокупность физических, интеллектуальных, моральных и профессиональных качеств, навыков, учений каждого сотрудника организации, которые могут быть использованы для повышения ее эффективности (повышения производительности труда), в целях получения дохода (прибыли) или достижения социального эффекта. Кадровый потенциал можно оценивать такими показателями, как уровень физического здоровья сотрудников (количество больничных листов в мес., квартал, год); уровень квалификации (разряд по тарифной сетке); уровень образования (среднее, средне-специальное, неполное высшее, высшее); уровень профессионального опыта (трудовой стаж: до года, от 1 до 2 лет и т.д.); уровень территориальной и профессиональной мобильности кадров; коэффициент текучести кадров и др.

II. Инновационно-технологические конкурентные преимущества.

Инвестиционный потенциал (P_4) – это максимально возможный объем внутренних и внешних инвестиций, необходимый и достаточный для обеспечения экономической состоятельности предприятий при рациональном использовании

производственных мощностей и других ресурсов, должной инвестиционной активности и привлекательности предприятий в конкретных условиях состояния инвестиционного поля и фазы делового цикла (кризис, депрессия, оживление, подъем). Инвестиционный потенциал предприятий представляет собой не только способность предприятия привлечь и рационально использовать внутренние и внешние инвестиции, но и важнейшую функцию расширенного воспроизводства производственной мощности предприятия [89].

Организационный потенциал (P_5) включает в себя собственно организацию производства, а также отношения по поводу производства, распределения, обмена и потребления, а следовательно, и отношения в сфере управления (включая управление персоналом, организационную культуру, уровень менеджмента качества работ и услуг), зачастую скрытых, внешне невидимых, но при определенных условиях способных проявиться и осуществить высокий социально-экономический эффект.

Информационный потенциал (P_6) – это уровень используемых систем учета на предприятии (оперативные, бухгалтерские, статистические и плановые подсистемы, которые составляют единую информационную систему предприятия), средств, методов и условий, позволяющих эффективно использовать информационные ресурсы, включая уровень обеспечения информационной безопасности.

Маркетинговый потенциал (P_7) складывается из возможностей маркетингового персонала бизнес-субъекта привлекать к приобретению и потреблению товаров и услуг потенциальных потребителей и удерживать существующих, используя для этого имеющиеся ресурсы» [90]. Маркетинговый потенциал предполагает также высокое качество товаров и услуг, ориентацию на потребителя, опыт работников, марку товара, а также индивидуальные контакты с клиентами. Изменение конкурентных позиций на рынке в условиях сложившейся конкуренции возможно только при постоянном мониторинге изменений потребительских предпочтений и анализе конкурентов.

Под *инновационным потенциалом* (P_8) предприятия следует понимать, прежде всего, готовность предприятия к изменениям и нововведениям; «все его ресурсы, которые можно использовать для инновационных процессов: материальные, финансовые, кадровые, информационные, организационные и технические. Что же касается персонала, то его инновационный потенциал связан со способностью работников вырабатывать и эффективно реализовывать как свои, так и сторонние новые идеи и проекты» [91].

К сказанному добавим, что некоторые исследователи обращают внимание на необходимость выявления скрытых факторов развития предпринимательских структур или *скрытого конкурентного потенциала* - неочевидных возможностей повышения эффективности деятельности организации [92]. По характеру действия весь скрытый КП организации условно разделяют на интенсивный и экстенсивный [93]. Первый связан с применением прогрессивной техники, совершенствованием технологии организации труда и управления; второй зависит от увеличения объема ресурсов.

С нашей точки зрения, скрытый КП есть не что иное, как потенциальные возможности организации, основанные на инновационном потенциале, который может проявиться на разных стадиях жизненного цикла, при модернизации производства, внедрении инновационной продукции, при изменениях внешней и внутренней среды. Поэтому, можно согласиться с В. П. Третьяковой, что природа любого из потенциалов компании, состоящего как из однородных, так и неоднородных ресурсов, раскрывается через такие свойства, как: высокий уровень интегрированности; направленность в будущее; сложность измерения и оценки; прогнозный характер получаемых оценок; отражение совокупности свойств, созданных на стадии формирования системы ресурсов, потенциал отражает систему с учетом результатов ее развития в прошлом, настоящего состояния и возможности в будущем [94].

В заключение параграфа подчеркнем, что, обладая всеми признаками сложной динамической социально-экономической системы, являясь базовой составляющей конкурентоспособности, конкурентный потенциал организации

определяет ее преимущественные конкурентные позиции только при условии эффективного взаимодействия всех ресурсов, потенциалов и учета факторов внешней и внутренней среды. Это особенно актуально для МССО, находящихся в условиях кризиса фактически на грани «выживания». Следовательно, конкурентный потенциал в процессе функционирования МССО является важнейшим компонентом обеспечения их конкурентоспособности, как на современном этапе, так и в будущем.

2.2 Методические подходы к оценке конкурентного потенциала малых и средних строительных организаций

Проблема оценки конкурентного потенциала строительной организации (КПСО) является крайне актуальной, поскольку для построения прогнозов и разработки конкретной методики обеспечения конкурентоспособности, конкурентных стратегий, составления стратегических и тактических планов, принятия эффективных управленческих решений организации необходимо располагать объективной информацией о состоянии своего конкурентного потенциала. Однако, до сих пор универсальных подходов к оценке конкурентного потенциала организации не существует.

В современной экономической литературе представлен достаточно широкий набор методов и методик для диагностики и оценки конкурентного потенциала организации [95, 96, 97, 98, 99, 100, 45, 27], которые используются в рамках факторного, маркетингового, результативного, ресурсного, затратного, комплексного, инновационного и других подходов.

Факторный подход состоит в выявлении и оценке ключевых факторов успеха в сравнении с фирмами-конкурентами. Согласно А. А. Томпсону-мл. и А. Дж. Стрикленду выделяются качество и характеристики продукции; репутация (имидж); производственные мощности; инновационные возможности; применяемые технологии; дилерская сеть и возможности распространения; финансовые ресурсы и др. [45]. Д. Кревенс и другие авторы говорят о ключевых компетен-

циях, которые определяются: а) конкурентными преимуществами; б) универсальностью (конкурентное преимущество в различных ситуациях); в) сложностью дублирования [97].

Маркетинговый подход к оценке конкурентоспособности предполагает установление таких параметров, как: доля и привлекательность рынка (темпы роста), а также степень удовлетворенности потребителей продукцией предприятия. В рамках данного подхода активно применяются матричные методы (матрицы *ADL*, *BCG*, *GE / McKinsey*). Сущность оценки при использовании матричных методов состоит в анализе матрицы, построенной по принципу системы координат: по горизонтали - темпы роста/ сокращения количества продаж в линейном масштабе; по вертикали - относительная доля продукции предприятия на рынке. Наиболее конкурентоспособными считаются те предприятия, которые занимают значительную долю на быстрорастущем рынке [101]. Матричные методы отличаются относительной простотой применения и наглядностью получаемых результатов, но возможности практического использования полученных результатов в управлении конкурентоспособностью предприятия ограничены.

Для оценки удовлетворенности потребителей, как правило, используются методы опроса и статистической обработки полученных данных, а также анкетирование. Особенности указанных методов являются трудоемкость и длительность сбора и обработки информации, что, однако, в определенной мере компенсируется возможностью выявления проблем и «узких» мест в обеспечении конкурентоспособности организации [102].

В данном случае можно предложить один из современных инструментов непосредственного воплощения ожиданий потребителя в оптимальные характеристики, обеспечивающие конкурентоспособность продукта с позиций качества – технологию *QFD - Quality Function Deployment*, или «функцию развертывания качества».

Составляющие процесса управления взаимоотношениями с потребителями (клиентские ресурсы) - формирование и реализация механизма обратной связи, наличие которого позволяет определить, насколько восприятие потребителей в

отношении произведенной продукции (услуги) соответствует ожиданиям и нуждам, выявленным в ходе сбора информации, и установить таким образом степень удовлетворенности потребителей [103].

Использование функции развертывания качества в целях проектирования системы предоставления услуги позволит:

- идентифицировать требования потребителей наиболее эффективным способом, выделить среди них ключевые требования (с точки зрения достижения успеха организации) и воплощать их в товаре (услуге, работе) оптимизируя характеристики с целью достижения максимальной удовлетворенности потребителя;

- однозначно определить процессы самой организации, нуждающиеся к тому же в меньшей реструктуризации, начиная с того времени, как товар (услуга, работа) появится на рынке;

- наиболее эффективно использовать ограниченные ресурсы организации для обеспечения как тактических, так и стратегических целей;

- привить специалистам проектный стиль работы.

Результативный подход определяет конкурентный потенциал как способность предприятия осваивать, перерабатывать имеющиеся ресурсы для удовлетворения общественных потребностей. Результат деятельности предприятия определяется наличием у него любого вида потенциала и его умелым использованием. Как только организация начинает поддерживать имеющийся конкурентный потенциал в устойчивом состоянии и, возможно, развивать его, она получает «устойчивое конкурентное» преимущество. Анализ в данном случае сводится к тому, что анализируется и оценивается максимальное количество благ, которое предприятие может произвести и реализовать на рынке при данном количестве и качестве, строении ресурсов [104].

Затратный подход основан на достижении эффекта хозяйственной деятельности, получаемого с единицы совокупных затрат или затрат живого и овеществленного труда. Применение затратного подхода отражает отношение реализованной продукции (полученной прибыли) к общей стоимости затрат на реализацию данной продукции [98].

Ресурсный подход позволяет проводить анализ возможностей предприятия по созданию и реализации внутренних конкурентных преимуществ на основе распределения имеющихся ресурсов. В рамках ресурсной концепции базовым инструментом стратегического анализа является модель *VRIO*, впервые предложенная Дж. Барни [105].

Модель Барни представлена простой схемой анализа ресурсов и способностей фирмы, состоящей из четырех вопросов. Согласно модели *VRIO* все ресурсы и способности фирмы оцениваются бинарно (да / нет) по четырем параметрам (критериям): ценность (*Value*), редкость (*Rareness*), воспроизводимость (*Instability*), организованность (*Organization*):

- *value* (ценность): позволяют ли организации ресурсы и способности использовать внешние возможности и нейтрализовать угрозы;
- *rareness* - (редкость, уникальность): сколько конкурентов обладают аналогичными ресурсами и способностями;
- *instability* – (воспроизводимость): насколько кому-либо, не обладающему аналогичными ресурсами и способностями, сложно найти к ним доступ;
- *organization* - (организованность): в полной ли мере организация использует эти ресурсы и способности для реализации своего стратегического потенциала.

С помощью *VRIO*-анализа можно определить степень вклада в формирование устойчивого конкурентного преимущества конкретных активов, ресурсов, способностей и компетенций, имеющихся в распоряжении организации.

VRIO-анализ дает возможность выявить наиболее важные для формирования конкурентного преимущества компании ресурсы и способности, а также определить стратегические последствия их использования. Если наполнить *VRIO*-показатели количественными значениями на отрезке $[-1, 1]$, то матрица *VRIO*-анализа может принять, к примеру, такой вид (таблица 5).

Достоинством всех вышеперечисленных подходов является то, что анализируются и оцениваются результаты функционирования различных сторон хозяйственной деятельности организации. Однако эти методики не берут во внимание

важность отдельных показателей в оценке, что может привести к неоднозначности суждений о конкурентоспособности; используют значительное число показателей, нередко дублирующих друг друга, что осложняет проведение анализа ситуации; не отражают привлекательность продукции для потребителя.

Таблица 5 – Матрица VRIO-анализа ресурсов, компетенций, способностей

V	R	I	O	Результат использования ресурса, компетенций, способностей	VRIO-показатель	Экономический результат
Нет			Нет	Конкурентная слабость	-1	Ниже среднего
Да	Нет		↑ --- ↓ Да	Конкурентный паритет	0	Средний
Да	Да	Нет		Временное конкурентное преимущество	+0,5	Выше среднего
Да	Да	Да		Устойчивое конкурентное преимущество	+1	

Эту проблему можно было бы преодолеть, если применить методiku, основанную на привлекательности продукции для потребителя, по отношению к цене потребления [98]:

$$K_i = \frac{E}{P}, \quad (1)$$

где E - полезный эффект от потребления продукции, определяемый отношением показателей, по которым продукция более привлекательна для потребителей к общему числу показателей; P - цена потребления.

Заслуживает внимания *индексный метод оценки конкурентоспособности*, в основе которого лежит сравнительный анализ совокупности значений показателей качества и экономических показателей оцениваемой продукции с потребностями потребителя. При этом конкурентоспособность продукции обеспечивается при выполнении условия предпочтения этой продукции потребителем любой другой аналогичной (базовой) продукции. Различие в существующих методиках оценки конкурентоспособности товара заключается в выборе базового образца, базовых качественных и экономических характеристик [106].

Разновидностью индексного подхода является метод, предложенный Р. А. Фатхутдиновым [80], где предлагается оценивать конкурентоспособность органи-

зации как взвешенную сумму конкурентоспособностей основных товаров организации на различных рынках с учетом значимости рынков. Расчет конкурентоспособности организации осуществляется по формуле:

$$\text{КП} = \sum_{i=1}^n \alpha_i \beta_j \text{КП}_{ij} \rightarrow 1, \quad (2)$$

где α_i - удельный вес i -го товара организации в объеме всех продаж за анализируемый период, доли единицы; β_j - показатель значимости рынка, на котором реализуются товары организации (рынки США, Японии, Канады и страны Евросоюза имеют значимость 1, внешние рынки остальных стран - 0,7, внутренний рынок - 0,5); КП_{ij} - конкурентоспособность i -го товара на j -м рынке.

Однако, все перечисленные выше методики не учитывают внешние факторы. В этой связи особого внимания заслуживают *комплексные методы*, где оценки внешней составляющей конкурентного потенциала (внешних возможностей) базируются, как правило, на ситуационном анализе с использованием *SWOT*- матрицы, *STEP/PEST*- анализе, *ETOM* - анализе, *QUEST*-анализе и др. Они определяют место, занимаемое предприятием в экономическом пространстве, его сильные и слабые стороны по отношению к основным конкурентам исследуемого предприятия, что позволяет в конечном итоге определить направление повышения внутреннего конкурентного потенциала.

Широко известна методика *T.E.M.P.L.E.S.* (*Technology, Economics, Market, Politics, Laws, Ecology, Society*), которая позволяет провести анализ внешней среды организации, разделив их на несколько групп: технологии, экономика, рынок, политика, законодательство, окружающая среда, социальные и демографические факторы [107].

Комплексным подходом к оценке конкурентоспособности, учитывающим внешние и внутренние составляющие, является методика И. В. Пунгина и В. С. Пунгиной, в которой все объекты, обладающие свойством конкурентоспособности, разделены на четыре группы: товар, предприятие (как производитель товара), отрасль (как совокупность предприятий, предлагающих

товар) и регион (район, область, страна или группа стран - с присущей им совокупностью отраслей, предприятий и производимых ими товаров). Исходя из целей оценки конкурентоспособности объектов, строится матрица критериев оценки конкурентоспособности. В ней по одной оси расположим объекты, а по другой - субъекты оценки конкурентоспособности (таблица 6 [100]).

Таблица 6 – Матрица критериев оценки конкурентоспособности

		Субъект оценки			
		Потребитель	Производитель	Инвестор	Государство
Объект оценки	Товар	Полнота удовлетворения потребностей	Прибыльность товара (рентабельность)	Востребованность товара, уровень рентабельности продаж	Востребованность товара, его социальная значимость
	Предприятие	Надежность предприятия, его стабильность и положение на рынке	Соотношение цены и качества выпускаемой продукции, соответствие техническим, экологическим и прочим нормам и стандартам	Рентабельность предприятия в целом, его финансово-экономическое положение	Востребованность продукции предприятия, её значимость, объемы продаж
	Отрасль	Эластичность спроса на продукцию (работы, услуги) различных отраслей	Средний уровень рентабельности, целесообразность работы в отрасли или выхода из неё	Средний уровень рентабельности	Востребованность продукции отрасли, значимость (как продукции, так и отрасли в целом), объемы продаж
	Страна (регион)	Обеспечение определенного уровня качества жизни	Обеспеченность ресурсами, их качество и доступность	Инвестиционный климат	Эффективность использования ресурсов, платежный баланс

Данная матрица критериев оценки позволяет комплексно оценить конкурентоспособность любого объекта оценки, с учетом предъявляемых к нему требований всех субъектов оценки. Подчеркнем, что выбор критериев оценки может быть весьма вариативным и зависеть от целей оценки конкурентного потенциала.

Следует подчеркнуть, что *комплексный подход* предполагает исследование всех составляющих (элементов) конкурентоспособности организации, которые интегрируются в единый показатель. В качестве основного метода интегрирования показателей, как правило, применяется экспертный или рейтинговый методы.

Оценка проводится поэтапно. Это означает, что выделяются главные критерии, которые определяют способность организации решать поставленные на каждом из этапов задачи. Информационное обеспечение расчетов основывается на действующей федеральной (региональной) статистической и бухгалтерской отчетности, а также данных специально проводимых обследований.

По мнению исследователей, главная проблема в расчетах сводится к детализации критериев, которые обеспечивают комплексную оценку конкурентного потенциала компании. Для определения интегрального показателя оценки конкурентного потенциала предлагается использовать следующие подходы: определяются веса показателей и критериев; устанавливаются балльные оценки по каждому показателю для предприятия; определяется интегральный показатель, характеризующий конкурентоспособность компании [108].

Расчеты производятся следующим образом.

В качестве единичных показателей конкурентоспособности организации могут выступать относительные значения, полученные путем деления конкретных показателей на максимально возможное их значение или на более высокие показатели предприятий-конкурентов, тогда комплексный показатель (K) конкурентоспособности будет иметь вид:

$$K = \sum_{i=1}^n K_i, \quad (3)$$

где K_i - единичный показатель конкурентоспособности; n – число показателей.

Недостатком этого метода является различие в оценке важности значений при оценке общей конкурентоспособности.

Многие авторы используют в качестве оценки уровня конкурентоспособности организации средневзвешенное значение арифметического показателя единичных показателей:

$$K = \sum_{i=1}^n W_i K_i, \quad (4)$$

где K_i - единичный показатель конкурентоспособности; W_i - значимость i -того показателя; n – число показателей.

Существует мнение [109], что в основе расчета итогового показателя оценки должен лежать рейтинговый подход, предусматривающий сравнение организаций по каждому параметру с условной эталонной организацией, имеющей наилучшие результаты по всем сравниваемым показателям. То есть, базой для получения рейтинговой оценки конкурентоспособности организаций являются не субъективные мнения экспертов, а сложившиеся в реальной рыночной конкуренции наиболее высокие результаты из всей совокупности сравниваемых объектов. Эталоном сравнения является самый удачливый конкурент, у которого все показатели – наилучшие.

Процедура рейтинговой оценки состоит из следующих действий:

- исходные данные представляются в виде матрицы (a_{ij}): по вертикальной оси матрицы откладываются номера показателей ($i = 1, 2, \dots, n$), по горизонтальной – номера организаций ($j = 1, 2, \dots, m$);
- по каждому показателю находится максимальное значение и заносится в столбец условной эталонной организации ($m + 1$);
- исходные параметры матрицы стандартизируются в отношении соответствующего показателя эталонной организации по формуле:

$$X_{ij} = \frac{a_{ij}}{a_{ij^*}}, \quad (5)$$

где X_{ij} – стандартизированные показатели i -й организации;

- для каждой анализируемой организации значение его рейтинговой оценки определяется по формуле:

$$R_j = \sqrt{(1 - x_{1j})^2 + (1 - x_{2j})^2 + \dots + (1 - x_{ij})^2}, \quad (6)$$

где R_j – рейтинговая оценка для j -ой организации;

- организации упорядочиваются (ранжируются) в порядке убывания рейтинговой оценки.

Наивысший рейтинг имеют организации с минимальным значением сравнительной оценки. При оценке конкурентной позиции организаций желательно учитывать весомость показателей. С помощью анализа (или экспертных оценок) устанавливаются коэффициенты весомости, и тогда значение рейтинговой оценки находится по формуле:

$$R_j = \sqrt{f_1(1 - x_{1j})^2 + f_2(1 - x_{2j})^2 + \dots + f_n(1 - x_{nj})^2}, \quad (7)$$

где f_1, \dots, f_n – весовые коэффициенты, назначаемые экспертом.

Однако, применение данного метода требует обязательной информации о большом числе конкурентов в сегменте МССО, которую невозможно получить из открытых источников.

Таким образом, расчет комплексного (обобщенного) показателя конкурентоспособности строительной организации представляет определенные трудности, а существующие методики несовершенны [110], большинство из них не учитывают специфику малого бизнеса в строительстве.

Подведем итоги.

1. Оценка конкурентного потенциала организации подразумевает: выбор объектов, субъектов и критериев оценки, расчет и анализ критериев и комплекса показателей, формирующих конкурентный потенциал организации.

2. Анализ методических разработок по вопросам оценки конкурентного потенциала организаций подтверждает необходимость его комплексной оценки для выявления всех возможных резервов улучшения основных показателей ее хозяйственной деятельности, а также учет специфики МССО в сфере строительства.

3. Существуют определенные проблемы расчета обобщенного показателя конкурентоспособности МССО, связанные со сложностью разработки модели с

весовыми коэффициентами именно для строительной отрасли, преувеличением влияния единичных показателей на общий показатель конкурентоспособности, необходимостью сбора большого количества информации о конкурентах и другими, что актуализирует дальнейший научный поиск в данной области.

Ряд проблем существует и при выборе оптимальной стратегии обеспечения конкурентоспособности МССО.

2.3 Стратегии обеспечения конкурентоспособности малых и средних строительных организаций

В ситуации, когда оценка конкурентного потенциала исследуемой организации ниже среднеотраслевой оценки, то встает вопрос о наращивании конкурентного потенциала на основе выбора соответствующей стратегии его развития. По сути, конкурентный потенциал, как совокупность возможностей организации для достижения конкурентных преимуществ, задает вектор формирования соответствующей стратегии.

Известный теоретик И. Ансофф определил *стратегию* «как набор правил для принятия решений, которыми организация руководствуется в своей деятельности» [2].

Процедура формулирования стратегии и выбора альтернатив составляют следующие этапы [111]: а) оценка существующей стратегии; б) собственно фаза формулирования; в) планирование риска; г) выбор стратегических альтернатив; д) единоличное принятие окончательного решения.

Центральным моментом в стратегической ориентации предприятия является выбор базовой стратегии обеспечения конкурентоспособности относительно определенной сферы его хозяйственной деятельности. По сути, это выбор конкурентного поведения на рынке, создающего устойчивое конкурентное преимущество. Причем, формирование конкурентной стратегии должно основываться на двух альтернативах: выборе стратегической цели предприятия с учетом

масштаба конкуренции на данном сегменте рынка и выборе типа конкурентного преимущества [112].

В экономической литературе представлено множество типологий конкурентных стратегий. Наиболее известные классификации разработаны Г. Л. Азоевым, В. П. Горевым, М. Портером, М. Саритхом, А. Ю. Юдановым [113, 114, 115, 116, 117]. Так, М. Портер выделяет три базовых стратегии: «абсолютное лидерство в издержках», «дифференциация» и «фокусирование» [115].

Довольно близки подходу М. Портера три основных направления стратегического позиционирования компании, предложенные В. П. Горевым: позиционирование, ориентированное на широту номенклатуры, позиционирование, ориентированное на потребности и позиционирование, ориентированное на доступ. Автор говорит о необходимости стратегического позиционирования компании в отрасли, которое он определяет как осуществление видов деятельности, отличных от деятельности конкурентов или выполнение схожей деятельности, но другими путями [114].

М. Саритх [116] представил типологию стратегий обеспечения конкурентоспособности организации следующим образом (таблица 7).

А.Ю. Юданов при разработке стратегии компании предлагает учитывать два фактора: степень стандартизованности бизнеса и его масштаб. Определение приемлемого для компании типа стратегии осуществляется исходя из положения, которое она занимает в осях координат: «адаптивность - инновационность» и «глобальный рынок - локальный рынок». Автор выделяют четыре основные стратегии, характеризующие положение фирмы на рынке: «силовая» («виолентная»), «эксплерентная» («пионерская»), коммутантная («приспособительная») и пациентная («нишевая») [117], которые мы видим и в типологии М. Саритха.

Типология конкурентоспособности по определению Всемирного экономического форума включает три основных элемента: уровни (макроэкономика, отрасль, сектор, предприятие); факторы (труд, капитал и т. д.); политику (поддержка инноваций, инвестиций, промышленности, накопления или перераспределения и т. д.) [118].

Таблица 7 – Типология стратегий обеспечения конкурентоспособности организации по М. Саритху

Классификационный признак	Виды стратегий
<i>по целевому назначению</i>	генеральная; базовая; отраслевая; маркетинговая
<i>по субъекту воздействия</i>	на хозяйствующие субъекты рынка; на потребителя
<i>по сроку реализации</i>	долгосрочные; среднесрочные; текущие
<i>по способу достижения конкурентных преимуществ</i>	активные; защитные; промежуточные
<i>по способу охвата рынка</i>	виолентные; пациентные; коммутантные; эксплерентные
<i>по типу конкурентных преимуществ</i>	стратегия дифференциации; стратегия низких издержек; стратегия фокусирования
<i>по особенностям использования</i>	общие; частные
<i>по стабильности рыночной ситуации</i>	основные; альтернативные.

Большой объем работ посвящен вопросам разработки и реализации маркетинговых стратегий организации [10, 119]. Однако, подходы исследователей различны. Согласно Дж. Эвансу, стратегии маркетинга представляют собой «совокупность комплексных управленческих решений, направленных на привлечение ресурсов фирмы в соответствии с удовлетворением целевых потребностей рынков и достижением финансовых целей организации» [119]. Ф. Котлер [4] выделял следующие элементы: стратегию разработки новых товаров, стратегию коммуникации и стимулирования, ценовые стратегии. П. Диксон [120] говорит о стратегиях: позиционирования товара (инновации и имитации), распределения и логистики, управления продажами, рекламы и создания необходимого имиджа, продвижения товара на рынке, ценовых стратегиях.

Перспективной стратегией обеспечения конкурентоспособности строительных организаций многие авторы [19, 121, 122, 123, 60] склонны рассматривать *инновационную стратегию*, которая представляет собой целенаправленную дея-

тельность по определению приоритетов перспективного развития организации и их достижению, в результате которой обеспечивается новое качество производства и управления [124]; способ адаптации целей, факторов и ресурсов предприятия для внедрения новых возможностей, обеспечивающих предприятию конкурентные преимущества [122].

В свою очередь в рамках инновационной стратегии как базовой, выделяют такие стратегии, как: лицензионная, исследовательского лидерства, следования жизненному циклу, опережающей наукоемкости, поддержки продуктового ряда, сохранения технологических позиций, продуктовой и процессной имитации, технологического трансферта [18], и другие.

Однако, выбор инновационной стратегии в качестве базовой представляется для отечественных МССО трудно реализуемой, особенно для малых предприятий. По информации Национальной ассоциации инноваций и развития информационных технологий (НАИРИТ), отечественные коммерческие структуры финансируют не больше четверти затрат на разработку и внедрение инновационных технологий. При этом в развитых европейских странах доля затрат частного сектора на разработку и внедрение инновационных технологий превышает 65% от общенациональных инвестиций. В России этот показатель составляет не больше 20-25% [125].

Еще один немаловажный факт: в России патентуется не более 10% охраноспособных результатов интеллектуальной деятельности (РИД), а в коммерческом обороте их немногим более 2%. Нематериальные активы российских предприятий в среднем составляют не более 0,3-0,5% от величины внеоборотных активов. В экономически развитых странах этот показатель доходит до 30% [126]. В результате, на мировом рынке наукоемкой продукции доля РФ составляет не более 0,5%. Согласно данным Всемирного экономического форума, наша страна занимает 78-е место по показателям инноваций, 124-е - по доступности новых технологий, 126-е - по освоению технологий предприятиями, 125-е - по трансферу технологий, 90-е - по доступности научных и инженерных кадров [127].

В 2014 году по Глобальному индексу инноваций (*The Global Innovation Index* [128]) Россия поднялась с 62-го до 49 позиции в рейтинге. Однако, пропустила вперед Эстонию (24), Латвию (34), Молдову (43), а со странами-лидерами: Швейцарией, Великобританией, Швецией, Финляндией, Нидерландами, США, Сингапуром, Германией существует большой разрыв (рисунок 10).

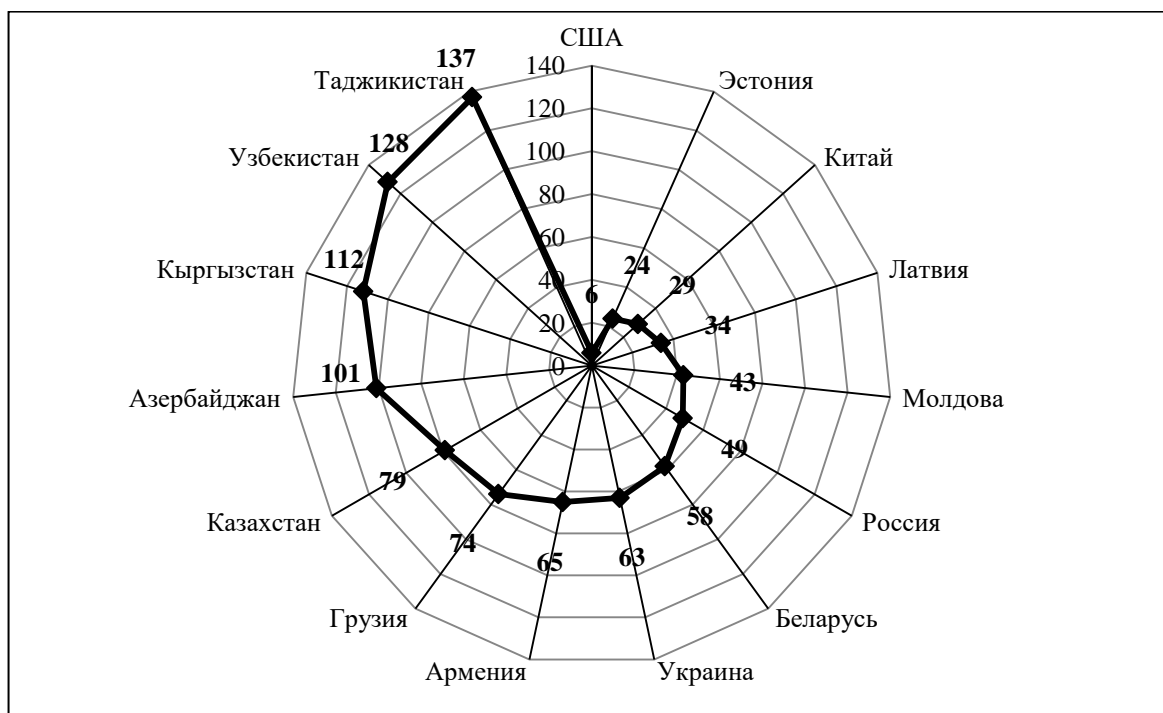


Рисунок 10 – Позиция России в рейтинге по Глобальному индексу инноваций относительно США и Китая и стран постсоветского пространства (по данным из [128])

В такой ситуации реализация российскими МССО инновационной стратегии обеспечения конкурентоспособности практически невозможна. Тем не менее, именно инновационная стратегия могла бы обеспечить МССО конкурентные преимущества, если она учитывает ряд принципиально важных моментов.

Во-первых, строительная организация является системой, функционирующей в условиях действия внешней среды. Как было определено в предыдущих параграфах нашего исследования, динамика строительного производства тесно взаимосвязана с общей экономической динамикой (внешними факторами). Имманентным свойством экономики является ее цикличность [129], причем одновременно происходит несколько экономических циклов различной продолжитель-

ности (краткосрочных, среднесрочных и длинных волн), выявляемых в динамике одних и тех же показателей.

Во-вторых, на динамику конкурентоспособности и деловой активности организаций влияют сезонные колебания и долговременные тенденции. Экономистами выделен ряд тенденций относительно динамики инвестиций, цен, производства и потребления на каждой стадии цикла, причем характеристикой тенденций выступают проциклические и контрциклические переменные [130].

В-третьих, стратегия конкурентоспособности зависит от стадии жизненного цикла самой строительной сферы деятельности. Например, когда отрасль находится в стадии зарождения, большинство предприятий также формируются, рынок плохо прогнозируем за счет отсутствия статистики, новации запатентованы организациями-пионерами, велики расходы на маркетинг с целью привлечения потребителей и большая потребность в инвестициях в связи с высокими затратами. В этом случае целесообразно реализовать стратегию снижения издержек, организационных инноваций или дифференциации. Стратегия фокусирования должна использоваться в тех случаях, когда фирма испытывает нехватку денежных средств и когда в данной отрасли слишком много технологических достижений, которые невозможно сразу освоить [131].

Обобщая взгляды исследователей и подходы, предложенные в научной литературе, представим авторскую классификацию типовых стратегий обеспечения конкурентоспособности для МССО (таблица 8).

Самые успешные стратегии обеспечения конкурентоспособности опираются на уникальность, лидерство, качество продукции и выборочную специализацию производства. Формирование и поддержание конкурентных преимуществ затрагивает весь механизм деятельности организации, связанный с созданием, производством и реализацией продукции. Основными принципами формирования и поддержания конкурентных преимуществ являются: постоянный мониторинг положения организации на рынке; стремление руководства к улучшениям во всех аспектах хозяйственной деятельности организации; наращивание источников конкурентного преимущества, способствующее сохранению его деятельности и

устойчивости на рынке; применение системного подхода к формированию стратегии обеспечения конкурентоспособности.

Таблица 8 – Типология стратегий обеспечения конкурентоспособности МССО

Классификационный признак	Виды стратегий
<i>по целевому назначению</i>	- базовая; - отраслевая; - маркетинговая; - инновационная; - смешанная (многоцелевая)
<i>по субъекту воздействия</i>	- на производителя; - на потребителя;
<i>по сроку реализации</i>	- долгосрочная; - среднесрочная; - текущая
<i>по размерности</i>	- экзогенная (обеспечивается за счет внешних конкурентных преимуществ); - эндогенная (обеспечивается за счет реализации внутренних конкурентных преимуществ); - системная (обеспечивается совместным действием как эндогенных, так и экзогенных факторов)
<i>по способу достижения конкурентных преимуществ</i>	- активные («наступательные»); - защитные («оборонительные»); - промежуточные
<i>по способу охвата рынка</i>	- виолентные; - пациентные; - коммутантные; - эксплерентные
<i>по типу конкурентных преимуществ</i>	- стратегия дифференциации; - стратегия низких издержек; - стратегия фокусирования
<i>по степени риска</i>	- низкорисковые; - среднерисковые; - высокорисковые
<i>по масштабу рынка</i>	стратегия развития рынка; стратегия развития продукта.

Выводы по второй главе:

1) в строительной отрасли в КПО целесообразно включать две группы конкурентных преимуществ, включающих соответствующие потенциалы: 1) *ресурсно-факторные* (производственный, финансовый, кадровый); *инновационно-технологические* (организационный, информационный, маркетинговый, инвестиционный и инновационный);

2) обладая всеми признаками сложной динамической социально-экономической системы, являясь базовой составляющей конкурентоспособности, конкурентный потенциал организации определяет ее преимущественные конкурентные позиции только при условии эффективного взаимодействия всех ресурсов, потенциалов и учета факторов внешней и внутренней среды. Это особенно актуально для МССО, находящихся в условиях кризиса фактически на грани «выживания». Следовательно, конкурентный потенциал в процессе функционирования МССО является важнейшим компонентом обеспечения их конкурентоспособности;

3) существуют определенные проблемы при расчете обобщенного показателя конкурентоспособности МССО, связанные со сложностью разработки модели с весовыми коэффициентами именно для строительной отрасли, преувеличением влияния единичных показателей на общий показатель конкурентоспособности, необходимостью сбора большого количества информации о конкурентах и другими, что актуализирует дальнейший научный поиск в данной области.

ГЛАВА 3 КОМПЛЕКСНЫЙ ПОДХОД К ОБЕСПЕЧЕНИЮ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МАЛЫХ И СРЕДНИХ СТРОИТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

3.1 Алгоритм определения единого интегрального показателя конкурентоспособности строительной организации

Единого подхода к оценке конкурентоспособности МССО на данный момент не существует, как нет и универсального алгоритма определения обобщенного показателя. Исследователи данной проблемы [132] справедливо отмечают, что основной задачей каждого экономиста, изучающего проблему оценки конкурентоспособности организаций, является отыскание критериев конкурентоспособности, ее источников и факторов, а также обобщенного показателя конкурентоспособности.

При решении конкретных практических задач, связанных с оценкой конкурентоспособности строительной организации, выстроить систему показателей достаточно сложно. Уровень конкурентоспособности организации зависит не только от специфики выполняемых работ (генподрядная или подрядная организация), он может меняться в довольно широких пределах, реагируя на изменения многочисленных внешних по отношению к объекту и внутренних факторов. Поэтому, набор оценочных параметров, определяющих конкурентоспособность, оказывается столь значительным, что возникает задача выбора важнейших оценочных параметров.

Учитывая эти сложности оценки конкурентоспособности, предлагается алгоритм определения единого интегрального показателя конкурентоспособности для генподрядной строительной организации, включающий следующие шаги (рисунок 11).

Шаг 1. Сбор, систематизация информации и описание основных конкурентов.

Формирование перечня конкурентов базируется на методах изучения конкурентной среды. Наиболее простым в практическом применении к МССО является метод анализа предприятий-конкурентов по типу схожей выпускаемой продукции (работ, услуг) путем сбора и анализа информации Росстата, регионального

рейтинга *IRPEX*, отраслевого рейтинга РАСК, по аналитическим исследованиям рынка, публикациям в журналах, бюллетеням выставок, изучения сайтов строительных компаний, проведения опросов заказчиков и т.д.

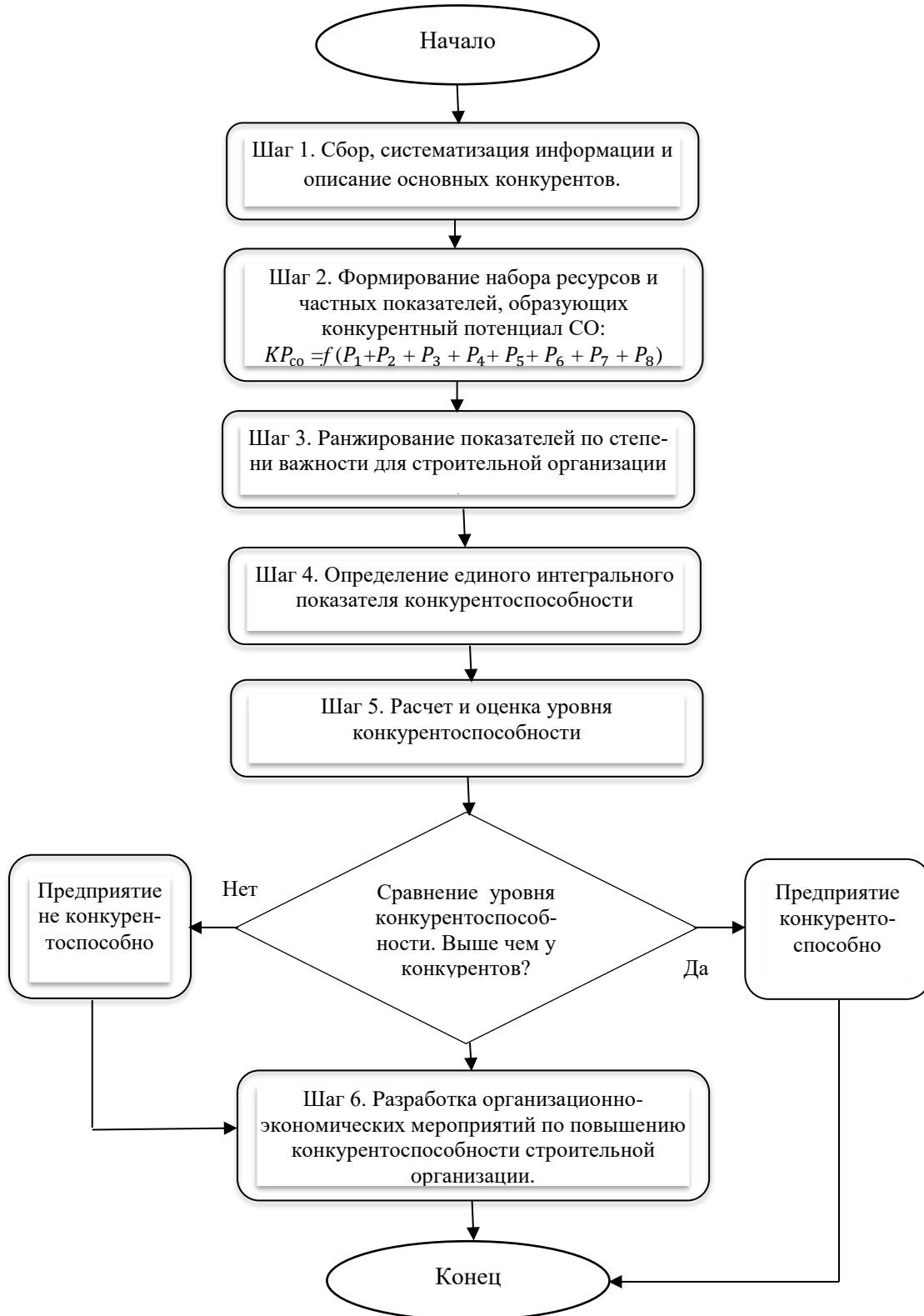


Рисунок 11 – Алгоритм анализа и определения единого интегрального показателя конкурентоспособности организации

Шаг 2. Формирование набора ресурсов и частных показателей, образующих конкурентный потенциал строительной организации (КПСО).

Общее значение конкурентного потенциала строительной организации (рисунок 9) можно представить соотношением:

$$KP_{co} = f(P_1 + P_2 + P_3 + P_4 + P_5 + P_6 + P_7 + P_8), \quad (8)$$

где P_1 - производственный потенциал; P_2 - финансовый потенциал; P_3 - кадровый потенциал; P_4 - инвестиционный потенциал; P_5 - организационный потенциал; P_6 - информационный потенциал; P_7 - маркетинговый потенциал; P_8 - инновационный потенциал.

Каждый потенциал содержит собственный набор критериев (показателей). Поэтому, необходимо сформировать перечень основных показателей KP_{co} . В ходе диагностики KP_{co} определяются наиболее значимые группы единичных показателей, характеризующие финансово-экономическое состояние строительной организации, а также состояние ее ресурсов; выбор значимых показателей в каждой группе.

В Методических указаниях по проведению анализа финансового состояния организации, утвержденных Приказом ФСФО РФ от 23.01.01 г. № 16, приведено около четырех десятков различных коэффициентов.

Вместе с тем оптимальный набор показателей, наиболее объективно отражающих тенденции изменения финансового состояния, формируется каждой организацией самостоятельно. При этом все они, как правило, распределяются по следующим четырем группам:

- показатели ликвидности;
- показатели финансовой устойчивости;
- показатели рентабельности (прибыльности);
- показатели деловой активности (оборачиваемости активов).

Информационной базой для расчета всех показателей являются:

- форма № 1 «Бухгалтерский баланс» и приложения к балансу;
- форма № 2 «Отчет о прибылях и убытках».

Но указанные группы показателей не отражают финансово-экономическое состояние организации в полной мере. С нашей точки зрения, оптимальная группировка показателей финансово-экономического состояния организации предложена А.Н. Цветковым [110] (таблица 9).

Таблица 9 – Показатели конкурентоспособности

Групповой показатель	Единичный показатель конкурентоспособности
1.Эффективность производственной деятельности (П):	1.1. Материалотдача (М) 1.2. Фондоотдача (Ф) 1.3. Рентабельность основной деятельности (Род) 1.4. Производительность труда (П)
2.Финансовое положение организации (Ф):	2.1. Коэффициент финансовой зависимости (Кф) 2.2. Коэффициент абсолютной ликвидности (Кл) 2.3. Коэффициент соотношения дебиторской и кредиторской задолженности (Кд/к) 2.4. Коэффициент оборачиваемости оборотных средств (Ко)
3. Эффективность вспомогательной деятельности (менеджмент, маркетинг, управление персоналом) (М):	3.1. Рентабельность продаж (Рп) 3.2.Коэффициент оборачиваемости готовой продукции (Когп) 3.3. Коэффициент загрузки производственных мощностей (Кзм) 3.4. Коэффициент текучести кадров (Ктек)
4.Показатель конкурентоспособности продукции (Т):	4.1. Качество продукции (Кп) 4.2. Цена продукции(Ц) 4.3. Условия платежа (Уп) 4.4. Срок поставки (Сп)

Вместе с тем, показатели, предложенные А.Н. Цветковым не отражают весь комплекс потенциальных возможностей МССО. С нашей точки зрения группы частных показателей конкурентоспособности, формирующих различные потенциалы организации отрасли строительства, можно представить таким образом (таблица 10).

Комментируя состав групп показателей, мы исходим из того, что эффективность может быть заключена в прошлом (форме достижения), в настоящем (текущее состояние) и будущем как меры ожидания (обещания). Следовательно, например, эффективность деятельности строительной организации можно выве-

сти из наблюдаемых и измеряемых показателей исполнения производственной деятельности и достигнутых результатов.

Таблица 10 – Показатели конкурентоспособности для потенциалов МССО

Потенциалы	Частный показатель конкурентоспособности
1. Производственный потенциал (P_1)	1.1. Фондоотдача (Ф) 1.2. Рентабельность основной деятельности (Род) 1.3. Производительность труда (П)
2. Финансовый потенциал (P_2)	2.1. Коэффициент финансовой зависимости (Кф) 2.2 Коэффициент абсолютной ликвидности (Кл) 2.3. Коэффициент оборачиваемости оборотных средств (Ко)
3. Кадровый потенциал (P_3)	3.1. Уровень квалификации (Укв) 3.2. Уровень образования (Уоб) 3.3. Коэффициент текучести кадров (Ктк)
4. Инвестиционный потенциал (P_4)	4.1. Объем инвестиций в основной капитал (Оик) 4.2. Рентабельность активов (Рк) 4.3. Коэффициент износа основных фондов (Киф)
5. Организационный потенциал (P_5)	5.1. Уровень СМК (Усмк) 5.2. Масштаб бизнеса (Мб) 5.3. Коэффициент загрузки производственных мощностей (Кзм)
6. Информационный потенциал (P_6)	6.1. Уровень информатизации управления (Уиу) 6.2. Уровень информатизации производственных процессов (Уип) 6.3. Уровень обеспечения информационной безопасности (Уб)
7. Маркетинговый потенциал (P_7)	7.1. Доля рынка (Др) 7.2. Качество продукции (Кп) 7.3. Цена продукции (Ц)
8. Инновационный потенциал (P_8)	8.1 Доля затрат на НИОКР (Дзн) 8.2. Уровень знаний (Уз) 8.3. Уровень инновационности продукции (Уип)

Фондоотдача характеризует уровень эффективности использования основных производственных фондов предприятия (определяемая как отношение стоимости продукции (валовой, товарной или реализованной) к среднегодовой стоимости основных средств). По данным Росстата, в 2014 году индекс фондоотдачи

по отрасли строительства в целом составил 92,5% к прошлому году (для сравнения в 2005 г. этот показатель составлял 110,1%).

Строительное производство не конкурентоспособно, если владелец бизнеса не модернизирует (не обновляет) материально-техническую базу (МТБ) предприятия, не внедряет инновационные технологии. По данным Росстата, степень износа основных фондов в нашей стране постоянно растет: в 2014 году износ составил 48,2% (против 45,3% в 2009 году), включая долю полностью изношенных основных фондов (14,6%). Средний возраст промышленных зданий составляет 26 лет, сооружений - 21 год, транспортных средств - около 10 лет. Износ основных производственных фондов в экономике приблизился к 50%.

Производительность труда отражает уровень эффективности использования живого труда конкретного предприятия, а также потенциальные возможности в повышении достигнутого им уровня. Производительность труда характеризуется как один из базовых показателей, отражающих реальную результативность функционирования персонала предприятия отрасли строительства.

Производительность труда на предприятии можно рассчитать по формуле:

$$ПТ = \frac{В}{r}, \quad (9)$$

где В - выручка;

r - среднесписочная численность работающих на предприятии.

Традиционными показателями при расчетах ПТ являются: выработка (W) - количество продукции, выработанной в единицу рабочего времени, и трудоемкость (t) - количество рабочего времени, затраченного на изготовление единицы продукции.

Выработка является наиболее распространенным показателем учета уровня производительности труда.

$$W = \frac{Q}{T}, \quad (10)$$

где W - выработка;

Q – объем произведенной продукции;

T - затраты рабочего времени.

Обратным показателем является трудоемкость (t):

$$t = \frac{T}{Q} \quad (11)$$

С учетом последних уточненных данных Росстата за 2005-2014 гг. динамика производительности труда в России в последние годы снижается и составляет в среднем 3,4 % (рисунок 12) [142].

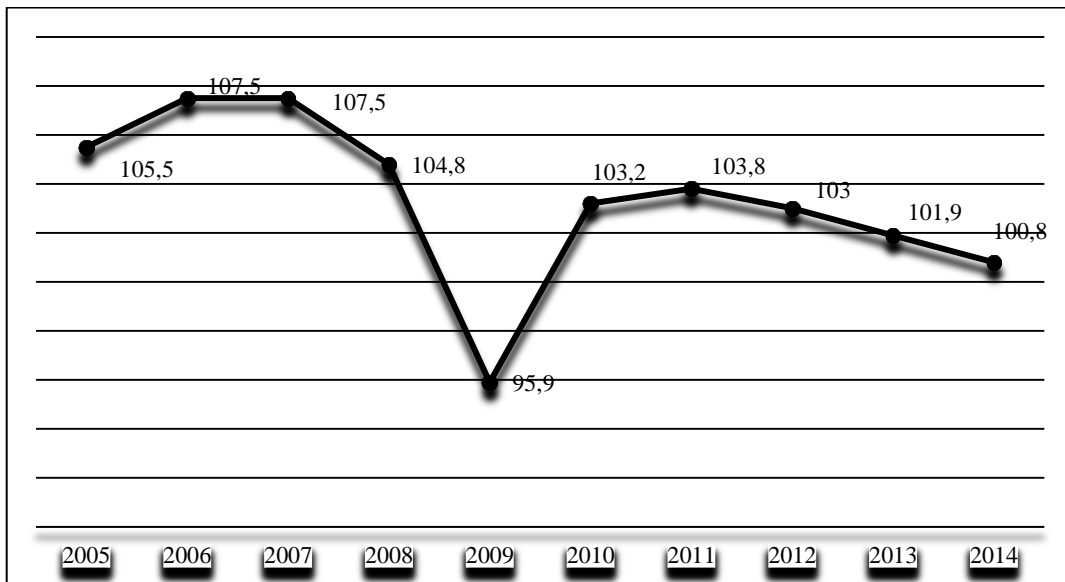


Рисунок 12 – Динамика производительности труда в 2005-2014 гг., %

Производительность труда в строительстве за последние годы снизилась еще больше и составляет в среднем по отрасли 0,5 % (рисунок 13) [142].

Определение финансового положения строительной организации предполагает расчет наиболее значимых финансовых коэффициентов: финансовой зависимости, абсолютной ликвидности, соотношения дебиторской и кредиторской задолженности, оборачиваемости оборотных средств. Эта информация для исследования, как правило, доступна (в качестве источника сбора информации выступает регулярная статистическая отчетность предприятия), так же как информация по расчету иных показателей: рентабельность продаж; коэффициент оборачиваемости

готовой продукции; коэффициент загрузки производственных мощностей; коэффициент текучести кадров, уровень инновационного развития и т.д.

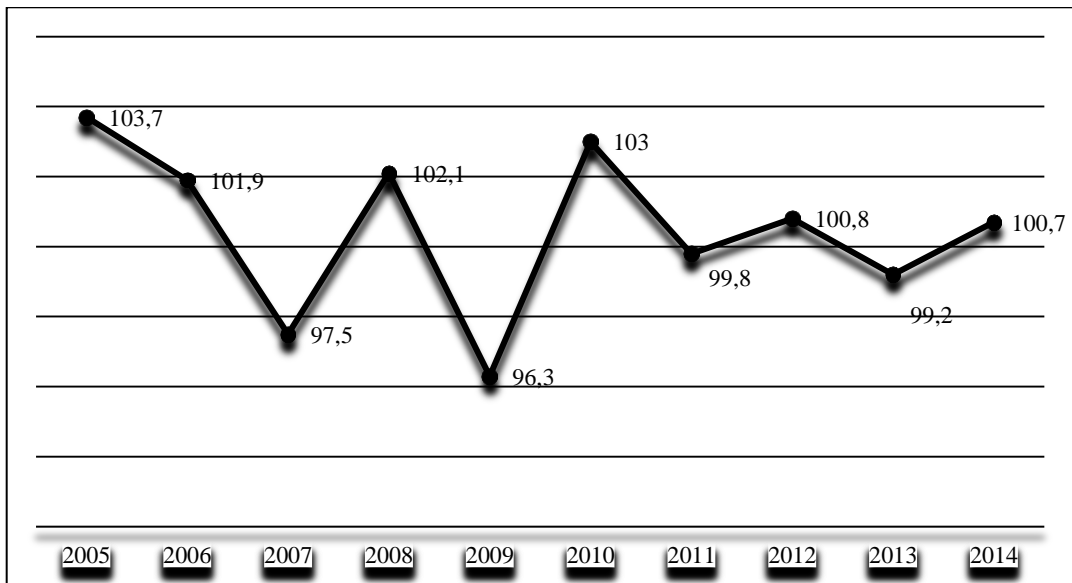


Рисунок 13 – Динамика производительности труда в отрасли строительства 2005-2014 гг., %

Надо четко представлять, что в отсутствии идеальных показателей оценки конкурентоспособности все показатели по своей значимости являются не вполне совершенными и имеют недостатки. Так, качество конечной строительной продукции в значительной степени предопределяется на основных этапах ее создания: научно-исследовательских разработок, проектирования, комплектации производства, строительства и зависит от квалификации специалистов работающих на протяжении каждого этапа.

Можно оценить уровень качества строительной продукции путем формирования системы показателей состояния строительной продукции - комплекса взаимосвязанных технико-экономических, организационных, социально-экономических и других характеристик, позволяющих охватить обязательные и потребительские требования к ее качеству [133].

Но эти методы весьма трудоемки. Поэтому, можно провести экспресс-оценку качества продукции с точки зрения заказчика-потребителя.

Потребительскую стоимость строительной продукции можно рассматривать как отношение стоимости n удовлетворенных в ней требований потребителей к

стоимости их общего числа m , умноженное на максимальную величину рыночной стоимости строительной продукции:

$$ПС = \left(\sum_{i=1}^n \gamma_i C_i / \sum_{i=1}^m \gamma_i C_i \right) \cdot C_{max}, \quad (12)$$

где ПС – потребительская стоимость, γ_i , $i = 1, n$ - коэффициенты значимости i -х требований потребителей, которые определяются путем опроса самих заказчиков-потребителей и должны удовлетворять следующим условиям:

$$0 \leq \gamma_i \leq 1; \sum_{i=1}^m \gamma_i C_i, \quad (13)$$

где C_i - стоимость реализации i -го требования потребителей; C_{max} – максимальная цена, которую готов заплатить потребитель, если предлагаемая ему продукция удовлетворяет всем его требованиям.

Следовательно, если строительная продукция удовлетворяет всем требованиям заказчика-потребителя, т.е. $m=n$, то ее потребительская стоимость и уровень качества определяются ее максимально возможной рыночной стоимостью на заданном сегменте рынка, которую готов за нее заплатить потребитель. Предприятие в этом случае получает максимально возможную прибыль при минимальных издержках на обеспечение требуемого уровня качества.

Шаг 3. Ранжирование показателей по каждому потенциалу для общей оценки конкурентного потенциала строительной организации.

Определение значений частных показателей (таблица 10) предлагается проводить на основе сопоставления фактических и плановых результатов от производственной деятельности строительной организации. Весовые коэффициенты статистической позиции в плановых и фактических величинах показателя могут отличаться.

Особого подхода требует расчет частных показателей, количественные значения которых невозможно определить на основе статистических данных предприятия. Для таких показателей расчеты должны базироваться на экспертных

оценках. Значение экспертной оценки предлагается принимать в пределах 1-5. Для корректного расчета целевых индикаторов экспертами формируются веса для каждого типа данных в рамках каждого потенциала предприятия (таблица 12).

В случае недоступности статистических данных, сомнений в их достоверности или по другим обоснованным причинам решением экспертной группы часть частных показателей, предусмотренных данным методом оценки, может быть заменена другими или исключена из расчета.

Шаг 4. Определение единого интегрального показателя конкурентоспособности для МССО.

На данном этапе производится расчет по каждому из частных показателей и каждому потенциалу организации строительной сферы. По результатам выполненных расчетов определяется комплексный интегральный показатель конкурентного потенциала (формула (14)):

$$KP_{co} = \sum_{i=1}^n k_{yi} * P_i, \quad (14)$$

где P_i – весомость i – потенциала в оценке уровня конкурентоспособности предприятия; K_{yi} – значение i – потенциала конкурентоспособности; n - количество конкурентных потенциалов строительной организации.

$$K_{yi} = \sum_{j=1}^m k_j z_j, \quad (15)$$

где K_{yi} – значение i – потенциала конкурентоспособности; m – количество частных показателей; k_j – вес частного показателя; z_j – значение частного показателя.

Веса потенциалов организаций были определены автором диссертации для МССО в регионе г.Санкт-Петербург и подтверждены экспертным методом в процессе проведенного опроса специалистов строительных организаций (таблица 11).

Таблица 11 – Вес потенциалов организаций сферы строительства на 01.01.16 г

Показатели	Вес показателей
1.Производственный потенциал (P_1)	0,15

Продолжение таблицы 11

Показатели	Вес показателей
2. Финансовый потенциал (P_2)	0,23
3. Кадровый потенциал (P_3)	0,08
4. Инвестиционный потенциал (P_4)	0,1
5. Организационный потенциал (P_5)	0,07
6. Информационный потенциал (P_6)	0,08
7. Маркетинговый потенциал (P_7)	0,2
8. Инновационный потенциал (P_8)	0,09
Итого:	1,0

В итоге, наибольшую значимость имеют потенциалы: P_1, P_2 и P_7 .

Шаг 5. Расчет и оценка уровня конкурентоспособности для МССО.

На данном этапе полученные данные сводятся в таблицу (таблица 12), осуществляется сравнение полученных итоговых результатов уровня конкурентоспособности по каждой организации (А, Б, В), формулируются выводы по результатам оценки и сравнения.

Таблица 12 – Оценка конкурентного потенциала строительных организаций Санкт-Петербурга

Потенциал	Частный показатель оценки	Предлагаемые веса потенциалов	Оценка организации в баллах		
			А*	Б*	В*
1	2	3	4	5	6
1. Производственный потенциал (P_1)	1.1. Фондоотдача (Ф)	0,34	3	2	3
	1.2. Рентабельность основной деятельности (Род)	0,29	2	3	3
	1.3. Производительность труда (П)	0,37	3	4	4
Итого P_1:		1	2,71	3,03	3,37
2. Финансовый потенциал (P_2)	2.1. Коэффициент финансовой зависимости (Кф)	0,35	3	4	3
	2.2. Коэффициент абсолютной ликвидности (Кл)	0,28	2	3	3
	2.3. Коэффициент оборачиваемости оборотных средств (Ко)	0,37	4	4	3
Итого P_2:		1	3,09	3,72	3,00
3. Кадровый потенциал (P_3)	3.1. Уровень квалификации (Укв)	0,37	4	4	4
	3.2. Уровень образования (Уоб)	0,24	2	3	2
	3.3. Коэффициент текучести кадров (Ктк)	0,39	2	2	2

Продолжение таблицы 12

Потенциал	Частный показатель оценки	Предлагаемые веса потенциалов	Оценка организации в баллах		
			А*	Б*	В*
1	2	3	4	5	6
Итого P₃:		1	2,74	2,98	2,74
4. Инвестиционный потенциал (P ₄)	4.1. Объем инвестиций в основной капитал (Оик)	0,36	4	3	4
	4.2. Рентабельность активов (Рк)	0,33	3	3	3
	4.3. Коэффициент износа основных фондов (Киф)	0,31	2	2	2
Итого P₄:		1	3,05	2,69	3,05
5. Организационный потенциал (P ₅)	5.1. Уровень СМК (Усмк)	0,33	4	3	3
	5.2. Масштаб бизнеса (Мб)	0,33	3	3	3
	5.3. Коэффициент загрузки производственных мощностей (Кзм)	0,34	3	3	2
Итого P₅		1	3,33	3,00	2,66
6. Информационный потенциал (P ₆)	6.1. Уровень информатизации управления (Уиу)	0,35	3	4	3
	6.2. Уровень информатизации производственных процессов (Уип)	0,33	3	3	4
	6.3. Уровень обеспечения информационной безопасности (Уб)	0,32	3	3	3
Итого P₆		1	3,00	3,35	3,33
7. Маркетинговый потенциал (P ₇)	7.1. Доля рынка (Др)	0,32	3	3	4
	7.2. Качество продукции (Кп)	0,33	3	3	2
	7.3. Цена продукции (Ц)	0,35	3	2	3
Итого P₇		1	3,00	2,65	2,99
8. Инновационный потенциал (P ₈)	8.1 Доля затрат на НИОКР (Дзн)	0,30	3	3	3
	8.2. Уровень знаний (Уз)	0,33	2	3	3
	8.3. Уровень инновационности продукции (Уип)	0,37	3	3	3
Итого P₈		1	2,67	3,00	3,00
Конкурентный потенциал предприятия КР_{со}	С учетом весов потенциалов из таблицы 11		2,95	3,10	3,04

*А – ООО «СК «ГЛОРИУС»;

*Б – ООО «СК «ФИБРИТ»;

*В - ООО «ВМК-Строй».

Расчеты произведены на примере строительных организаций Санкт-Петербурга: ООО «СК «ГЛОРИУС», ООО «СК «ФИБРИТ», ООО «ВМК-Строй». По итогам исследования производственного потенциала были получены следующие результаты: ООО «СК «ГЛОРИУС» – 2,95; ООО «СК «ФИБРИТ» – 3,10; ООО «ВМК-Строй» – 3,04. Полученные данные свидетельствуют о том, что конкурентный потенциал оказался выше у «СК «ФИБРИТ».

Шаг 6. Разработка организационно-экономических мероприятий по повышению конкурентоспособности строительной организации.

Если организация не конкурентоспособна, разрабатывается комплекс мероприятий, направленных на повышение ее конкурентоспособности.

3.2 Методика обеспечения конкурентоспособности для малых и средних строительных организаций Санкт-Петербурга

Управленческая парадигма XXI века базируется на: государственной поддержке и интеллектуализации предпринимательства (развитии инновационных подходов к управлению); организационных способностей компаний; инжиниринге; конкурентоспособности моделей бизнес-процессов, компетенциях, встроенных в эти бизнес-процессы. Но, современное развитие отечественной экономики и переход ее в новое качественное состояние выдвигает перед МССО задачу пересмотра ряда прежних теоретических и практических ориентиров управленческой деятельности в области обеспечения конкурентоспособности.

Кроме того, основной проблемой малого и среднего строительного бизнеса является отсутствие универсальной методики обеспечения конкурентоспособности. В связи с этим следует поддержать Н. В. Чепаченко [134], что к числу проблемных вопросов управления конкурентоспособностью относится недостаточная обоснованность методов оценки конкурентоспособности строительных организаций. Это проявляется в следующем:

– отсутствие до последнего времени общепринятой методики оценки конкурентоспособности организаций и признание невозможности разработки единой методики;

– широкая распространенность достаточно субъективных экспертных методов оценки конкурентоспособности коммерческих подрядных организаций, что снижает качество оценки;

– отсутствие обоснованных методов исчисления локальных и интегральных оценок конкурентоспособности строительных организаций и их строительной продукции (работ, услуг), дифференцированных для условий ценовой и неценовой конкуренции;

– отсутствие приемлемых для практики методов оценки (выявления) преимуществ внутренней среды организации в части использования ресурсов и способностей как базового фактора конкурентоспособности организации и ее продукции (работ, услуг).

На основе анализа многочисленных научных подходов к оценке и обеспечению конкурентоспособности организаций представим свое видение **методики обеспечения конкурентоспособности для генподрядных МССО Санкт-Петербурга.**

Цель методики – разработка инструментария обеспечения конкурентоспособности МССО с учетом специфики отрасли и особенностей региона (Санкт-Петербург).

Работы (услуги) строительной организации должны быть экономически эффективными, качественными и конкурентоспособными с точки зрения потребителя, инвестора, самой организации и государства (региона), [135] поскольку, как мы отмечали выше, строительная отрасль обладает значительным мультипликативным эффектом.

Этап I. Диагностика факторов конкурентоспособности строительной организации.

Диагностика конкурентоспособности необходима для всех МССО, так как она позволяет активно воздействовать на их текущее состояние и тенденции

развития, устанавливать размеры и направления изменений, выявлять наиболее важные факторы роста, отслеживать и корректировать неуправляемые процессы, принимать решения об изменениях и прогнозировать их воздействие на ключевые параметры, а также планировать дальнейшее совершенствование работы МССО и их подразделений.

В этих целях проводится оценка уровня конкурентоспособности региона (Санкт-Петербург) на основе рейтинга конкурентоспособности регионов России *IRPEX*, ежеквартального рейтинга конкурентоспособности отечественных компаний, занимающихся строительством, реконструкцией и капитальным ремонтом, представляемого в виде индекса конкурентоспособности строительных организаций (ИКСО), а также показателей деловой активности региональных МССО, опросов руководителей строительных организаций, соответствующих данных Правительства Санкт-Петербурга, прогнозов аналитических компаний, мнений экспертов, представленных в отраслевых изданиях: «Строительный еженедельник», «Бюллетень Недвижимости», «Кто строит в Петербурге»; журналах: «Российский строительный комплекс», «Строительная Орбита», «Дороги. Инновации в строительстве», «Саморегулирование и бизнес», «СТО Строительство. Технологии. Организация»; интернет-изданиях: «Общественный контроль», «АСН-инфо», информационный портал «Саморегулирование» и других исследований, касающихся МССО региона.

Например, мы видим, что по итогам IV квартала 2014 г. в Северо-Западном федеральном округе ИКСО оказался выше среднего на 9,2% и составил - 464, в Санкт-Петербурге еще выше - 540 пунктов.

Вместе с тем, согласно данным о состоянии делового климата в строительстве в I квартале 2015 г. и ожиданиях предпринимателей на II квартал 2015 г., проведенных Центром конъюнктурных исследований Института статистических исследований и экономики знаний Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», прогнозы предпринимателей о состоянии делового климата в своих организациях на II квартал 2015 г. не просто хуже, чем кварталом ранее, но и одни из самых худших за последние 4 года.

Во всех группах строительных организаций, различных по численности работающих, сохранилась негативная динамика занятости, однако они отличались интенсивностью сокращения сотрудников. В компаниях с численностью занятых более 250 человек баланс оценки изменения показателя составил (-6%), а в организациях с персоналом до 50 человек - (-16%) [136].

По данным Комитета по развитию предпринимательства и потребительского рынка Санкт-Петербурга, в государственной программе «Развитие предпринимательства и потребительского рынка в Санкт-Петербурге» на 2015-2020 годы на малый и средний бизнес приходится чуть более 2 млрд рублей на шесть лет (отдельно на развитие оптовой и розничной торговли и общественного питания еще порядка 5,7 млрд.) [137].

Из этой информации мы делаем вывод, что существует определенный ряд внешних проблем, прямо влияющих на конкурентоспособность строительной организации, а именно: неблагоприятный деловой климат; уровень государственной поддержки минимален и т.д.

Для формализации данных и выявления наиболее значимых факторов конкурентоспособности следует проанализировать внешние факторы конкурентоспособности строительной организации (первого уровня) и внутренние – вспомогательные факторы (второго уровня). Составляется сводная таблица всей совокупности факторов, характеризующих конкурентную позицию организации (таблица 13) (см. параграф 1.2, рисунок 2. «Классификация факторов конкурентоспособности МССО»), с целью выявления значимых факторов. Каждому фактору присваивается соответствующее обозначение.

Таблица 13 – Факторы конкурентоспособности организации

Внешние факторы	Обозначения
Конкурентоспособность (региона)	f_1
Конкурентоспособность отрасли	f_2
Уровень развития конкурентной среды	f_3
Конкурентоспособность продукции	f_4
Сила конкуренции на выходе системы	f_5
Сила конкуренции на входе системы	f_6
Уровень нормативно-правового регулирования	f_7

Продолжение таблицы 13

Внутренние факторы	Обозначения
Качество планирования	f_8
Качество персонала	f_9
Уровень СМК	f_{10}

Далее проводится оценка факторов с помощью метода рангов с пяти-балльной оценочной шкалой разрядов между двумя биполярными состояниями от «1» - «неудовлетворительно» до «5» - «отлично».

Накопленные результаты оценки позволяют сформировать матрицу рангов (таблица 14) для последующей формализованной обработки методом факторного анализа результатов субъективной оценки экспертами и выявить наиболее значимые факторы.

Таблица 14 – Матрица рангов

Факторы	Эксперты					Среднее
	1	2	3	4	5	
f_1	2	1	1	1	2	1,2
f_2	5	4	1	3	5	3,6
f_3	3	3	4	3	3	3,25
f_4	2	2	1	2	3	2
f_5	5	3	3	3	4	3,6
f_6	4	4	3	3	2	3,2
f_7	1	1	2	2	1	1,4
f_8	4	5	5	5	4	4,6
f_9	3	2	2	3	3	2,6
f_{10}	5	5	4	4	4	4,4
Σ	33	30	26	29	31	

Таким образом, от специалистов высшего и среднего уровня управления организации можно получить оценки весомости факторов конкурентоспособности из всей совокупности.

Итогом данного этапа диагностики является составление отчета о значимых факторах, воздействующих на строительную организацию, представленных в описательной и табличной формах.

Следует заметить, что экспертная оценка факторов внешней среды строится на основе данных, получаемых из открытых источников, а оценка внутренних

факторов осуществляется на основе данных, имеющихся в распоряжении самой организации.

Этап II. Диагностика конкурентного потенциала организации.

На этой стадии проводится оценка конкурентного потенциала строительной организации: диагностика количественных и качественных показателей, состояния ресурсов, выявляются конкурентные потенциалы.

Диагностика проводится по алгоритму, представленному в п.3.1, рисунок 11. Сначала осуществляется сбор, систематизация информации и описание основных конкурентов. Затем формируется набор ресурсов и частных показателей, образующих конкурентный потенциал строительной организации. Далее проводится ранжирование показателей по степени важности, определяется количественная оценка по каждому из показателей. После этого числовые значения показателей каждого потенциала суммируются и получаемое интегрированное значение потенциала характеризует конкурентоспособность предприятия по данному виду потенциала. Оценка уровня конкурентоспособности и сравнение исследуемых предприятий проводится с помощью таблицы 12, а расчет обобщенного показателя конкурентоспособности МССО по формуле 14.

Отдельно следует сказать о качественных показателях конкурентоспособности. Действующая в настоящее время в Российской Федерации государственная система стандартизации в строительстве включает в себя, помимо государственных стандартов (ГОСТов и ОСТов), технические условия (ТУ), строительные нормы и правила (СНиПы), своды правил (СП), руководства и инструкции. В общей сложности в строительстве и промышленности строительных материалов действует около 500 государственных стандартов [34]. На региональном уровне принимаются и действуют территориальные строительные нормы (ТСН), например, ТСН 12-316-2002 Санкт-Петербург «Приемка и ввод в эксплуатацию законченных строительством объектов недвижимости».

Потребительские параметры качества строящихся объектов задаются и во многом обеспечиваются в процессе их проектирования. Вместе с тем, и качество строительной продукции оказывает влияние на качество всех процессов, связанных

с ее созданием, а именно процессов: проектирования и изыскания (качество проектно-сметной документации); производства и строительства (технологические процессы возведения зданий и сооружений); монтажа, наладки; эксплуатации зданий и сооружений; хранения и перевозки (строительных материалов, изделий и конструкций); реализации продукции; утилизации [40].

Если рассматривать показатели качества в различные периоды инвестиционного цикла, они могут быть сгруппированы следующим образом:

- предпроектная подготовка и проектирование;
- производство продукции предприятиями стройматериалов;
- производство продукции предприятиями стройиндустрии;
- разработка организационно-технологической документации;
- производство строительно-монтажных работ;
- эксплуатация объекта, включая техническое обслуживание и последующие ремонт и реконструкцию.

Поэтому, справедливо говорить, что уровень качества объекта складывается из многочисленного набора показателей, которые соответствуют или не соответствуют конкретным требованиям. Например, современные экономические, архитектурные, экологические требования к изделиям для стен жилых объектов сводятся к обеспечению совокупности следующих качеств: способность к осуществлению функций несущих или самонесущих стен; обладание высокими теплоизоляционными свойствами; влажность изделия в момент укладки в стену; звукоизоляция; влагостойкость; морозостойкость; воздухопроницаемость; паропроницаемость; достаточная легкость; экологическая чистота; соответствие противопожарным требованиям; долговечность; гибкость архитектурных решений.

Целесообразно взять за основу потребительскую стоимость продукции организации, когда уровень качества определяется ее максимально возможной рыночной стоимостью на заданном сегменте рынка, которую готов за нее заплатить потребитель.

Строительная продукция может стать конкурентоспособной и занять достойное место в ряду аналогов на заданном сегменте рынка только в том случае, если она будет отвечать требуемому потребителям уровню качества и соответствовать его финансовым возможностям. К важнейшим потребительским свойствам продукции строительного производства относится способность построенных объектов выполнять свои функции. В понятие потребительских свойств обычно входят долговечность, надежность, точность, простота эксплуатации, ремонт и прочие ценные свойства, отсутствие дефектов или брака, а более жесткое требование сводится к соответствию строительной продукции принятым стандартам.

Итогом второго этапа является расчет единого интегрального показателя конкурентоспособности.

Этап III. Определение стратегии обеспечения конкурентоспособности строительной организации.

Основная задача этого этапа – на основе проведенной диагностики факторов и конкурентного потенциала строительной организации определить базовую стратегию обеспечения конкурентоспособности.

Для МССО в современных условиях могут быть приемлемы три базовые стратегии.

1. Стратегия адаптации к рынку (ситуационная стратегия), которую можно рассматривать как целостную совокупность взаимоувязанных стратегических решений, определяющих приоритетные направления деятельности организации для активного приспособления к меняющимся условиям внешней среды.

Иначе говоря, учитывая жесткие экономические условия, неопределенность на рынке и перспектив развития отрасли, организация может занять «выжидательную» позицию и заниматься, главным образом, оптимизацией существующих ресурсов и потенциалов, поиском имеющихся резервов в области повышения производительности труда, снижения издержек производства, повышения качества продукции и т.д.

Такая пассивность основана на ожидании будущих перемен и нацелена на сохранение уже имеющихся конкурентных преимуществ. При выборе такой

стратегии необходимо уделять повышенное внимание прогнозированию возможных изменений во внешней среде.

2. Инновационная стратегия. Эта стратегия наиболее предпочтительна, но она может быть выбрана только при выраженном *инновационном потенциале* (P_8), а также при наличии необходимого объема финансовых ресурсов. Напомним, под инновационным потенциалом следует понимать готовность предприятия к изменениям и нововведениям; все ресурсы, которые можно использовать для инновационных процессов: материальные, финансовые, кадровые, информационные, организационные и технические.

Взаимосвязь инновационной стратегии и конкурентоспособности показана в определении, данном Х.М. Гумба [122]. Инновационная стратегия представляется как способ адаптации целей, факторов и ресурсов предприятия для внедрения новых возможностей, обеспечивающих предприятию конкурентные преимущества.

Стратегическое управление инновациями затрагивает как концептуальные, так и организационно-процедурные (операциональные) аспекты стратегического развития строительной организации. Эти аспекты реализуются через подсистемы общего и функционального менеджмента. Общий менеджмент определяет генеральную линию стратегического развития. В рамках функционального менеджмента разрабатываются и реализуются частные (функциональные) стратегические задачи [122].

Специфика инновационной стратегии предприятия зависит от профиля его деятельности, применяемых технологий, состояния основных средств, возможности реализации полного или частичного инновационного цикла.

Основой инновационной стратегии служит целевая программа, определяющая цели и задачи перспективного развития организации, этапы их выполнения во взаимосвязке по срокам, ресурсам и исполнителям.

Для выбора инновационной стратегии может потребоваться проведение дополнительной диагностики инновационного развития организации. Метод оценки инноваций должен быть комплексным, т.е. необходимо оценивать не только поддающиеся стоимостной оценке, но и качественные характеристики инноваций.

Реализация инновационной стратегии может быть осуществлена по следующему алгоритму:

1) формирование инновационных целей стратегического развития, обеспечивающее динамическое развитие и эффективность, а также лидирующее положение субъекта предпринимательства на своем сегменте рынка;

2) выбор стратегических подходов инновационного развития продуктов и бизнес-процессов;

3) изучение потребительских требований в процессе поиска новых идей для реализации в производственных условиях;

4) подготовка персонала к реализации новой инновационной идеи, планирование операционных стратегий и конкретизирующих планов, обеспечивающих конкурентные преимущества и эффективность производственно-сбытовой деятельности.

3. Стратегия интегрированной (проектной) консолидации.

Консолидация (от лат. consolidatio, от con (cum) - вместе, заодно и solido - уплотняю, укрепляю, сращиваю) бизнеса - это объединение нескольких взаимозависимых организаций с целью увеличения эффективности их функционирования. Поэтому, в классическом варианте стратегия интегрированной консолидации состоит в ориентации на увеличение (сохранении) рыночной доли компании за счет присоединения конкурентов (и/или партнеров).

Применительно к МССО в условиях снижения платежеспособного спроса и повышения степени участия МСП в закупках товаров для государственных и муниципальных нужд стратегию интегрированной консолидации можно трансформировать в *стратегию проектной консолидации*. Она предполагает, что сильная компания-интегратор опирается на использование сильных сторон, достижений, возможностей прямых конкурентов и партнеров в целях реализации одного или несколько проектов.

Сильные стороны могут быть обнаружены в различных аспектах деятельности конкурентов и партнеров, например, в качестве продукции, передовой техноло-

гии, инновационных бизнес-идеях, инвестиционных ресурсах, эффективном менеджменте.

В условиях экономического кризиса, в том числе кризиса отрасли строительства, стратегия проектной консолидации может быть применена как вынужденная (односторонняя консолидация) или добровольная (двусторонняя консолидация). В первом случае одна из сторон вынуждена идти на объединение с другим субъектом бизнеса под влиянием различных обстоятельств. Во втором случае консолидация происходит под влиянием стратегической мотивации и заинтересованности обеих сторон, решающих взаимно интегрироваться для реализации проекта (-ов) на фоне стратегических угроз, исходящих от внешнего окружения по отношению к каждой из них. Такие действия снижают уровень риска и неопределенности деятельности всех участников проектной консолидации.

Надо учитывать, что для эффективного применения стратегии проектной консолидации необходимо, как минимум, соблюдение следующих условий:

- примерное соответствие компаний по своим размерам, т.е. компании должны быть малыми и/или средними;
- близость по корпоративным ценностям и организационной культуре (принцип культурной близости участников консолидации);
- обладание технологически совместимыми ресурсами;
- одна компания располагает в избытке теми ресурсами, которые являются дефицитными для другой;
- одна компания имеет более высокую компетенцию в той области, в которую другая пытается проникнуть.

Стратегия проектной консолидации может послужить основанием не только для успешной реализации проекта (-ов) за счет синергетических эффектов от объединения своих потенциалов и других выгод, но и позволит повысить инвестиционную привлекательность компаний, получить новых заказчиков, укрепить деловую репутацию, что очень важно для данного сектора.

Интеграционные структуры, как правило, создаются в индивидуальном порядке. В каждом конкретном случае обоснование создания интегрированных

структур имеет свою специфику. Выбор организационной формы кооперации, оптимального состава участников, организационной структуры и основных механизмов управления и регулирования совместной деятельности осуществляется путем сравнительного анализа и оценки нескольких вариантов создания интеграционной структуры и выбора наилучшего.

С нашей точки зрения, наиболее предпочтительной организационно-правовой формой проектной консолидации МССО является полное товарищество (ст. ст. 69-81 Гражданского кодекса РФ) участники которого (полные товарищи) в соответствии с заключенным между ними договором занимаются предпринимательской деятельностью от имени товарищества и несут ответственность по его обязательствам принадлежащим им имуществом.

Экономическое обоснование формирования товарищества МССО предусматривает определение системы качественных характеристик, критериев и показателей, обеспечивающих выбор и оптимизацию варианта создания новой интеграционной структуры. Важнейшим аспектом обоснования является количественная оценка изменения конечных (результативных) показателей функционирования новой структуры и участников под влиянием факторов интеграции и развития совместной деятельности.

В результате интеграции МССО образуется новая система, обладающая свойствами, которые не сводятся к простому суммированию потенциалов каждого участника взаимодействия. Возникает синергетический эффект, обеспечивающий доминирование эффекта совместного функционирования объектов над суммой эффектов от автономной деятельности:

$$\sum_{i=1}^n \mathcal{E}_i \leq \mathcal{E}^S, \quad (16)$$

где i – индекс малого предприятия; n – число МССО, участвующих в объединении; \mathcal{E}_i - эффекты автономного функционирования; \mathcal{E}^S – эффекты от совместной деятельности.

При анализе эффективности объединения предприятий предпочтительно использовать индикаторы: доход и затраты. Все прочие показатели (например, снижение потребности в инвестициях, фондоотдача и т.д.) можно интерпретировать как получение дополнительного дохода или снижение затрат. Отсюда, эффект \mathcal{E}_i , который измеряется, к примеру, показателем прибыли.

Синергетический эффект (S) определяется по формуле:

$$S = \mathcal{E}^S - \sum_{i=1}^n \mathcal{E}_i, \quad (17)$$

Если синергетический эффект $S \geq 0$, то объединение эффективно и чем величина S больше, тем более устойчиво товарищество. Соответственно, если $S < 0$, то объединение неэффективно.

Общий эффект от объединения складывается от эффектов, получаемых каждым предприятием (S_i). Если хотя бы для одного из участников будет выполняться условие $S_i < 0$, то объединение ему не интересно. В общем случае вступление организации в товарищество влечет за собой дополнительные затраты (Z_i). Вместе с тем, этот участник получает дополнительную выгоду D_i . Исходя из этого, синергетический эффект от создания товарищества МССО можно выразить формулой вида:

$$S = \sum_{i=1}^n (D_i - Z_i), \quad (18)$$

Составляющие синергетического эффекта можно оценивать не только количественно, но и качественно с применением экспертного подхода.

3.3 Рекомендации по обеспечению конкурентоспособности малых и средних строительных организаций Санкт-Петербурга

Общий анализ ситуации, проведенный в исследовании, показал, что ни на законодательном уровне Российской Федерации, ни на региональном и муниципальном уровнях управления для деятельности МССО не создана подлинно

конкурентная среда и данный сектор испытывает ряд серьезных системных и специфических проблем.

В силу этого свои рекомендации по обеспечению конкурентоспособности генподрядных МССО Санкт-Петербурга мы поделили на три блока: 1) рекомендации для МССО; 2) рекомендации для исполнительных и законодательных органов управления федерального уровня; 3) рекомендации для региональных и муниципальных органов управления.

1. Рекомендации для МССО Санкт-Петербурга.

В целях повышения конкурентоспособности МССО Санкт-Петербурга рекомендуется:

- осуществлять постоянный мониторинг собственного положения на рынке и проводить оценку комплексного показателя конкурентоспособности не реже 1 раза в квартал;

- при проведении мониторинга и выборе стратегии повышения конкурентоспособности необходимо использование научно обоснованных методов оценки, к числу которых можно отнести и предлагаемую в настоящей работе методику обеспечения конкурентоспособности для МССО Санкт-Петербурга;

- к основным путям обеспечения конкурентоспособности строительной организации с полным основанием можно отнести: повышение конкурентоспособности (прежде всего, качества при минимальной цене для потребителя) производимой ею конечной строительной продукции; производственного и инновационного потенциалов; совершенствование методов управления и повышения эффективности использования всех имеющихся потенциалов;

- следует учитывать, что конкурентоспособность строительной продукции может определяться главным образом соотношением ее качественных и стоимостных характеристик, которое обеспечивает удовлетворение конкретных потребностей потенциального потребителя и выгодно для него отличается от аналогичной продукции конкурентов на соответствующем сегменте рынка;

– в целях достижения требуемого качества выполняемых строительномонтажных работ рекомендуется регулярный анализ состава, структуры и качества применяемых стройматериалов (сырья, полуфабрикатов), комплектующих изделий или строительных конструкций и их возможные изменения в случае такой необходимости; улучшение технологии строительства, методов испытаний, системы контроля качества промежуточной и конечной строительной продукции; повышение квалификации менеджеров и производственных рабочих; постоянная корректировка цен на продукцию, исходя из рыночной конъюнктуры; анализ ситуации и изменение порядка заключения подрядных договоров и взаимодействия с заказчиками; изменение системы стимулирования поставщиков; совершенствование системы менеджмента качества на всех этапах производства;

– при выборе той или иной стратегии обеспечения конкурентоспособности строительной организации на региональном рынке, необходимо, прежде всего, учитывать влияющие на нее факторы внешней и внутренней среды. Эти факторы можно считать важнейшими компонентами конкурентоспособности;

– применительно к МССО в условиях снижения платежеспособного спроса и повышения степени участия МСП в закупках товаров для государственных и муниципальных нужд предлагается использовать стратегию проектной консолидации. Она предполагает, что сильная компания-интегратор опирается на использование сильных сторон, достижений, возможностей прямых конкурентов и партнеров в целях реализации одного или несколько проектов. Данная стратегия может послужить основанием не только для успешной реализации проекта (-ов) за счет синергетических эффектов от объединения своих потенциалов, но и позволит повысить инвестиционную привлекательность компаний, получить новых заказчиков, укрепить деловую репутацию, что очень важно для данного сектора. Наиболее предпочтительной организационно-правовой формой проектной консолидации МССО является полное товарищество. При оценке синергетического эффекта от создания новой структуры МССО рекомендуется использовать формулы 16-18;

– важным дополнительным фактором обеспечения конкурентоспособности в регионе может стать создание специального интернет-портала малых и средних строительных организаций Санкт-Петербурга и Ленинградской области в целях поиска потенциальных партнеров, в том числе инвесторов, обеспечения оперативной обратной связи с потребителями, обсуждения актуальных проблем отрасли и региональных проблем, препятствующих развитию МССО, продвижения работ и услуг на рынок и повышения их потребительских характеристик.

2. Рекомендации для исполнительных и законодательных органов управления федерального уровня.

Учитывая, что на общем кризисном фоне в отрасли сектор МССО находится в более уязвимом положении по сравнению с крупными строительными компаниями, а также с компаниями с государственной и смешанной долями собственности, исполнительные и законодательные органы управления федерального уровня должны разработать комплекс мер по поддержке МССО, в первую очередь путем создания специального «института развития» - Фонда поддержки МССО с частичным государственным финансированием.

С целью устранения системных проблем, препятствующих развитию конкурентной среды, в основные задачи Фонда поддержки МССО должно входить, в частности, развитие элементов инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства, финансирующих стартовый капитал. В первую очередь это относится к банкам и другим кредитно-финансовым учреждениям, которые в настоящее время не заинтересованы в финансировании малого и среднего бизнеса.

Известно, что сегодня самой распространенной формой банковского инвестиционного финансирования является проектное финансирование крупных застройщиков, которое предполагает участие банка в проекте. Тогда как финансирование МССО, особенно на начальном этапе развития бизнеса, фактически нивелировано.

Необходимо изменение действующего законодательства в части условий входа и членства МССО в СРО. В настоящее время в связи с проводимой

реформой по отмене лицензирования и укреплением института саморегулирования в предпринимательской деятельности особо актуальным является вопрос о необходимости и целесообразности приобретения субъектами предпринимательской (профессиональной) деятельности статуса члена саморегулируемой организации (СРО).

Следует отметить, что членство в СРО является обязательным требованием для строительных, проектных и изыскательских организаций (и некоторых других видов предпринимательской деятельности). Для всех других субъектов предпринимательской (профессиональной) деятельности законодателем установлен принцип добровольности членства в саморегулируемых организациях, что прямо вытекает из норм п. п. 1, 2 ст. 5 ФЗ от 01.12.2007 г. № 315-ФЗ «О саморегулируемых организациях» [36].

Многие предприниматели и предприятия имеют сертификат ИСО (*ISO 9000*), однако наличие ИСО не только не заменяет по действующему законодательству членство в СРО, но и не требуется даже при вступлении в СРО.

Кроме того, минимальный взнос в компенсационный фонд СРО для МССО должен быть снижен. В настоящее время размер такого взноса составляет для застройщиков 1 млн. руб. безотносительно к масштабу бизнеса, что противоречит здравому смыслу: «Минимальный размер взноса в компенсационный фонд саморегулируемой организации на одного члена саморегулируемой организации, имеющего свидетельство о допуске к работам по организации строительства, составляет: 1) один миллион рублей при установлении такой организацией требования к страхованию ее членами гражданской ответственности, которая может наступить в случае причинения вреда вследствие недостатков работ, которые оказывают влияние на безопасность объектов капитального строительства, 2) триста тысяч рублей в случае, если член саморегулируемой организации планирует осуществлять организацию работ по строительству, реконструкции, капитальному ремонту объекта капитального строительства, стоимость которого по одному договору не превышает десять миллионов рублей» [35].

Установленная законодательная норма выталкивает многие МССО в «серую зону», а игнорирование наличия сертификата ИСО (ISO 9000) не стимулирует предприятия к повышению качества продукции.

Такая ситуация требует вмешательства законодателя.

3. Рекомендации для региональных и муниципальных органов управления.

В этой части хотелось бы отметить, что, несмотря на наличие в Санкт-Петербурге Закона о развитии малого и среднего предпринимательства от 02.04.08 №194-32, его позитивное воздействие на состояние и темпы развития рассматриваемой группы предприятий незначительно, о чем свидетельствуют последние оценки руководителей предприятий малого и среднего бизнеса в Санкт-Петербурге, приведенные в параграфе 1.3. диссертации.

Санкт-Петербург занимает лидирующие позиции в стране по основным показателям развития малого и среднего предпринимательства. Вместе с тем, в целях улучшения конкурентной среды на региональном рынке рекомендуется разработать преференции для МССО, обеспечивающие компаниям «прозрачный» и равный доступ к земельным ресурсам и присоединение к инженерным сетям, наряду с крупными игроками рынка; улучшить финансовое положение предпринимателей путем создания развитой системы региональной и муниципальной грантовой поддержки, разработки эффективных механизмов взаимодействия с банковским сектором города.

В настоящее время действует государственная программа Санкт-Петербурга «Развитие предпринимательства и потребительского рынка в Санкт-Петербурге» на 2015-2020 годы, утвержденная постановлением Правительства Санкт-Петербурга от 30.06.2014 № 554 [138]. Вместе с тем, программа не содержит ни одного положения касающегося непосредственно малых и средних строительных организаций.

Поддержка новых МСП, предоставляемая на региональном уровне, должна быть сопоставима с реальными потребностями предпринимателей. Фонд такой поддержки должен быть значительно увеличен, а условия получения помощи смягчены.

В целях выявления наиболее значимых потребностей субъектов МСП в финансировании в строительной отрасли рекомендуется проводить регулярный мониторинг в виде опроса руководителей строительных организаций при финансовой и информационной поддержке Правительства Санкт-Петербурга.

В настоящее время в Санкт-Петербурге действует Фонд содействия кредитованию малого и среднего бизнеса в целях предоставления субъектам МСП поручительств по кредитам, гарантий и поручительств по обязательствам субъектов малого и среднего предпринимательства, основанных на кредитных договорах, договорах займа и лизинга. Фонд создан 29.10.2007 г. постановлением Правительства Санкт-Петербурга от 28.08.2007 №1059 «О создании некоммерческой организации «Фонд содействия кредитованию малого бизнеса» [139] в целях организации и осуществления инновационных программ и проектов, направленных на создание инфраструктуры поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства в Санкт-Петербурге. Основными видами деятельности Фонда являются предоставление поручительств по обязательствам субъектов малого и среднего предпринимательства перед кредиторами, а также предоставление микрозаймов субъектам малого и среднего предпринимательства. Общий лимит поручительств установлен решением Попечительского совета Фонда от 28.01.2013 в размере 6000 млн.руб. Размер одного поручительства Фонда может составить до 50% от суммы кредита и процентов за пользование кредитом в течение трех месяцев в зависимости от основного вида деятельности. Совокупный объем ответственности Фонда за одного субъекта малого и среднего предпринимательства, осуществляющего деятельность в сфере обрабатывающих производств, не может превышать 20 млн.руб., за одного субъекта малого и среднего предпринимательства, осуществляющего прочую деятельность - 15 млн.руб. Субъектам малого и среднего предпринимательства в Санкт-Петербурге Фондом предоставляются микрозаймы в размере от 50 тыс.руб. до 1 млн.руб. на срок до одного года под 10 процентов годовых.

Однако, помощь Фонда носит избирательный характер и практически не предоставляет аналогичную поддержку малым и средним строительным организациям, хотя бы на уровне консультационной помощи.

Учитывая, что решение о введении «налоговых каникул» для субъектов предпринимательства должно приниматься на региональном уровне, и что далеко не все из регионов решатся применять эту льготу, так как это влечет потерю доходов региональных и муниципальных бюджетов, Санкт-Петербург, как один из крупнейших и экономически развитых регионов страны, должен принять соответствующий нормативный акт, невзирая на возможные «бюджетные потери».

Выводы по третьей главе:

1) разработан алгоритм определения единого интегрального показателя конкурентоспособности для строительной организации, включающий шесть последовательных шагов: 1) сбор, систематизация информации и описание основных конкурентов; 2) формирование набора ресурсов и частных показателей, образующих конкурентный потенциал строительной организации (КПСО); 3) ранжирование показателей по каждому потенциалу для общей оценки конкурентного потенциала строительной организации; 4) определение единого интегрального показателя конкурентоспособности для МССО; 5) расчет и оценка уровня конкурентоспособности для МССО; 6) разработка организационно-экономических мероприятий по повышению конкурентоспособности строительной организации;

2) стратегия проектной консолидации в условиях снижения платежеспособного спроса и повышения степени участия МСП в закупках товаров для государственных и муниципальных нужд может послужить основанием не только для успешной реализации проекта (-ов) за счет синергетических эффектов от объединения своих потенциалов, но и может позволить повысить инвестиционную привлекательность компаний, получить новых заказчиков, укрепить деловую репутацию, что очень важно для данного сектора. Наиболее предпочтительной

организационно-правовой формой проектной консолидации МССО является полное товарищество;

3) разработана методика обеспечения конкурентоспособности для ген-подрядных МССО Санкт-Петербурга, которая содержит три основных этапа: 1) диагностика факторов конкурентоспособности строительной организации; 2) диагностика конкурентного потенциала организации; 3) определение стратегии обеспечения конкурентоспособности строительной организации.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенное исследование вопросов обеспечения конкурентоспособности малых и средних строительных организаций позволяет сделать следующие выводы и сформулировать рекомендации.

1. При уточнении специфики и предметного содержания понятий оценки уровня конкурентоспособности малых и средних строительных организаций, включая уточнение категориального аппарата, а также оценку состояния и проблем функционирования МССО в современной рыночной среде, за основу взято определение «конкурентоспособности строительной организации», как совокупности реальных и потенциальных способностей (возможностей, умений, компетенций) организации отрасли строительства производить продукцию (работы, услуги) равнозначную или превосходящую по своим потребительским характеристикам продукцию конкурентов.

Конкуренция в экономическом смысле - это, прежде всего, стимул (сила или процесс), побуждающий субъектов рынка к саморазвитию (совершенствованию, инновациям) и повышению эффективности своей деятельности; это также стимул к достижению идеальной диады «цена-качество».

По мнению автора, такое понимание конкурентоспособности строительной организации позволит упростить и сделать более точным расчет потребительской стоимости строительной продукции, исходя из того насколько в исследуемой продукции удовлетворены требования потребителей.

2. При анализе методических подходов к оценке и обеспечению конкурентоспособности малых и средних строительных организаций выявлено, что в научной литературе представлены различные позиции исследователей по данному вопросу. Большинство из них локализуется вокруг сущности, структуры и содержания элементов конкурентного потенциала организации (КПО). Установлено, что при ресурсном подходе к содержанию КПО уникальность создания ценности достигается благодаря уникальным характеристикам самой

фирмы, в первую очередь ее ресурсам, способностям, компетенциям (потенциалам), которые в совокупности формируют ее конкурентные преимущества.

Автор убежден, что в строительной отрасли в структуру КПО целесообразно включать две группы конкурентных преимуществ, включающих соответствующие потенциалы: ресурсно-факторные (производственный, финансовый, кадровый) и инновационно-технологические (организационный, информационный, маркетинговый, инвестиционный и инновационный).

3. При исследовании факторов, влияющих на конкурентоспособность продукции строительного производства, проанализированы методологические подходы к оценке и обеспечению конкурентоспособности малых и средних строительных организаций. Выявлены факторы, влияющие на конкурентоспособность российских МССО, это: внешние факторы (уровень конкурентоспособности России (по *GCI*); уровень конкурентоспособности региона (по *IRPEX*); внутриотраслевой уровень конкурентоспособности (по *ИКСО*); уровень нормативно-правовой базы и т.п.) и внутренние факторы (качество стратегического планирования и персонала системы; патентоспособность (новизна) конструкции (структуры, состава) продукции; рациональность организационных и производственных структур системы и др.).

4. При разработке методики обеспечения конкурентоспособности для МССО Санкт-Петербурга, были выявлены и учтены проблемы функционирования отечественных МССО, которые находятся между собой в тесной взаимозависимости: входа на рынок; финансирования МССО и доступности кредитных ресурсов; монополизации рынка крупными компаниями; несовершенства механизма взаимодействия МССО с компаниями-монополистами; недоступности земельных ресурсов; наличия административных барьеров и коррупции.

Наиболее значимой проблемой, по мнению автора, является неэффективность развития субъектов МСП вообще и МССО, в частности.

5. При разработке комплексного подхода к оценке конкурентоспособности малых и средних строительных организаций, доказано, что между понятиями конкурентный потенциал организации, конкурентные преимущества, эффек-

тивность и конкурентоспособность существует причинно-следственная связь. Конкурентный потенциал определяет конкурентные возможности (потенциалы), в основе которых лежат материальные и нематериальные ресурсы строительной организации, которые необходимо эффективно использовать.

Предложено авторское обоснование алгоритма определения единого интегрального показателя конкурентоспособности для строительной организации, включающее шесть последовательных шагов: 1) сбор, систематизация информации и описание основных конкурентов; 2) формирование набора ресурсов и частных показателей, образующих конкурентный потенциал строительной организации (КПСО); 3) ранжирование показателей по каждому потенциалу для общей оценки конкурентного потенциала строительной организации; 4) определение единого интегрального показателя конкурентоспособности для МССО; 5) расчет и оценка уровня конкурентоспособности для МССО; 6) разработка организационно-экономических мероприятий по повышению конкурентоспособности строительной организации.

Для МССО Санкт-Петербурга разработана методика обеспечения конкурентоспособности для генподрядных организаций, которая содержит три основных этапа: 1) диагностика факторов конкурентоспособности строительной организации; 2) диагностика конкурентного потенциала организации; 3) определение стратегии обеспечения конкурентоспособности строительной организации.

На основе проведенной диагностики конкурентного потенциала организации обозначена базовая стратегия обеспечения конкурентоспособности для МССО Санкт-Петербурга.

В условиях снижения платежеспособного спроса и повышения степени участия МСП в закупках товаров для государственных и муниципальных нужд предложено использовать стратегию проектной консолидации. Данная стратегия может послужить основанием не только для успешной реализации проекта (-ов) за счет синергетических эффектов от объединения своих потенциалов, но и позволит повысить инвестиционную привлекательность компаний, получить новых заказчиков, укрепить деловую репутацию, что очень важно для данного сектора.

Наиболее предпочтительной организационно-правовой формой проектной консолидации МССО является полное товарищество.

Автор полагает, что важным дополнительным фактором обеспечения конкурентоспособности в регионе может стать создание специального интернет-портала малых и средних строительных организаций Санкт-Петербурга и Ленинградской области в целях поиска потенциальных партнеров, в том числе инвесторов, обеспечения оперативной обратной связи с потребителями, обсуждения актуальных проблем отрасли и региональных проблем, препятствующих развитию МССО, продвижения работ и услуг на рынок и повышения их потребительских характеристик.

6. При определении возможного вектора повышения конкурентоспособности малых и средних строительных организаций, разработаны и предложены рекомендации по обеспечению конкурентоспособности ген-подрядных МССО Санкт-Петербурга, включающие три блока:

1) рекомендации для МССО Санкт-Петербурга, включающие ежеквартальный мониторинг собственного положения на рынке с расчетом единого интегрального показателя конкурентоспособности, регулярный анализ состава, структуры и качества применяемых материалов и пр.;

2) рекомендации для исполнительных и законодательных органов управления федерального уровня, содержащие идею создания специального «института развития» – Фонда поддержки МССО с частично государственным финансированием, также инициативу снижения вдвое минимального взноса в компенсационный фонд СРО для МССО;

3) рекомендации для региональных и муниципальных органов управления, основанные на том, что региональным и муниципальным органам управления Санкт-Петербурга следует проводить системную работу по совершенствованию механизмов поддержки МССО. В настоящее время уровень такой поддержки не отвечает реальным потребностям предпринимателей.

Все эти меры в комплексе будут способствовать не только росту предпринимательской активности в регионе, занятости населения, увеличению оборота

МССО, но и развитию подлинно конкурентной среды, обеспечивающей сочетание конкурентоспособного, эффективного и инновационного бизнеса с защитой экономических интересов потребителей, установлению минимально возможных рыночных цен на продукцию строительного производства.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. GEM 2014 Global Report. // [Электронный ресурс]; URL: <http://www.gemconsortium.org/docs/3616/gem-2014-global-report>
2. Ансофф, И. Стратегическое управление. Пер. с англ. [Текст] /И. Ансофф. - М.: Экономика, 1989. – 303 с.
3. Барнард, Ч. Функции руководителя: власть, стимулы и ценности в организации - М.: Изд-во Социум. – 2012. - С.334.
4. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент. Анализ, планирование, внедрение, контроль. /Под редакцией д. э. н. О. А. Третьяк, к. э. н. Л. А. Волковой. [Текст]/Ф. Котлер. - СПб: Питер Ком, 1999. - 896 с.
5. Ламбен, Ж. Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. Стратегический и операционный маркетинг./Пер. с англ. [Текст] / Ж. Ж. Ламбен. - СПб.: Питер, 2005. - 800 с.
6. Макконнелл, К.Р. Экономика: принципы, проблемы и политика / пер. 16-го англ. изд. [Текст] / К.Р. Макконелл, С.Л. Брю. - М.: ИНФРА-М, 2006. - 940 с.
7. Портер, М.Э. Конкуренция: Обновленное и расширенное издание - («Harvard Business Review»). [Текст] / М.Э. Портер. – М.: Изд.: Диалектика/Вильямс 2010. – 592 с.
8. Портер, М. Международная конкуренция [Текст] / М. Портер. - М.: Международные отношения, 1993. – 896 с.
9. Хайек, Ф. Конкуренция как процедура открытия. [Текст] / Ф. фон Хайек. // «Мировая экономика и международные отношения». - 1989. - № 12. - С. 5-17.
10. Шумпетер, Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия / предисл. В. С. Автономова. [Текст] / Й. Шумпетер. - М.: ЭКСМО, 2007. - 864 с.

11. Федеральный закон от 24 июля 2007 года № 209-ФЗ (ред. от 29.06.2015) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации». // «Собрание законодательства РФ», 30.07.2007, N 31, ст. 4006.
12. Блауг, М. Хайек, Фридрих А. фон // 100 великих экономистов после Кейнса. [Текст]/ М.Блауг. - СПб.: Экономикс, 2009. 384 с.
13. Дронов, И.В. Предпринимательство как фактор экономического роста в рыночной экономике. [Текст] // Дис. канд. экономич. наук: 08.00.01. /И.В. Дронов. - Воронеж, 2001. - 144 с.
14. Берг, Д.Б. Проблематика определения термина «конкуренция» [Текст] / Д.Б. Берг, С.Л. Гольдштейн. // «Интеллектика, логистика, системология». Вып. 4-5. Издание ЧНЦ РАЕН, РУО МАИ, ЧРО МАНПО. - Челябинск, 2001.
15. Смит, А. Исследование о природе и причинах богатства народов. [Текст] / А. Смит. - М., 2003. - 145 с.
16. Чемберлин, Э. Х. Теория монополистической конкуренции / пер. с англ. Э. Г. Лейкина и Л. Я. Розовского; под ред. О. Я. Ольсевича. [Текст] / Э.Х. Чемберлин. - М.: Издательство иностранной литературы, 1959. - 415 с.
17. Фатхутдинов, Р.А. Управление конкурентоспособностью организации: Учеб.пособие. [Текст]/ Р.А. Фатхутдинов. - М.: «Эксмо», 2005. – 546 с.
18. Международный маркетинг: Учеб. пособие [Текст]/ С.В. Барсукова, И.А. Спиридонов, Н.И. Перцовский. - М.: Высшая школа, 2001. - 240 с.
19. Асаул, В.В. Методология повышения конкурентоспособности строительных организаций. [Текст] // Дис...докт. экон. наук: 08.00.05 / В.В. Асаул. – СПб, 2007. – 460 с.
20. Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции». // «Собрание законодательства РФ», 31.07.2006, N 31 (1 ч.), ст. 3434 (с изм., внесен. Федеральным законом от 04.06.2014 N 143-ФЗ).
21. Гельвановский, М. Конкурентоспособность в микро-, мезо- и макроуровневом измерениях [Текст] / М. Гельвановский, В. Жуковская, И. Трофимова // «Российский экономический журнал». - 1998. - № 3.- С. 18-68.

22. Миргородская, Е. О. Конкурентоспособность как интегральное свойство рыночной системы хозяйствования [Текст] / Е.О. Миргородская // «Философия хозяйства». - 2005. - № 4/5. - С. 187-203.
23. Данилов, И.П. Проблемы конкурентоспособности электротехнической продукции. [Текст]/ И.П. Данилов. - М.: Пресс-сервис, 1997. - 129 с.
24. Рубин, Ю. Б. Конкуренция: реалии и перспективы. [Текст]/ Ю.Б. Рубин, В.В. Шустов. - М.: Знание, 1990. - 64 с.
25. Хандамова, Э.Ф. Экономическая природа конкуренции и конкурентоспособности предприятия (корпорации). [Текст] /Э.Ф. Хандамова, Л.В. Хараджян. // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. - 2012. - № 82.
26. Асаул, А. Н. Модернизация экономики на основе технологических инноваций / А.Н. Асаул [и др.]. - СПб: АНО ИПЭВ, 2008. - 606 с.
27. Фасхиев, Х.А. Определение конкурентоспособности предприятия [Текст]/ Х.А. Фасхиев. // «Маркетинг в России и за рубежом». - 2009. - № 4 (72). - С. 75-83.
28. Кормнов, Ю. Ориентация экономики на конкурентоспособность [Текст]/ Ю. Кормнов. // «Экономист». - 1997. - № 1. - С.33-48.
29. Логинова, В.А. Теоретические аспекты конкурентоспособности экономических систем. [Текст]/ В.А. Логинова. // «Проблемы современной экономики». - 2009. - N 1 (29). - С.121-124.
30. Российская архитектурно-строительная энциклопедия. Экономика строительства и инвестиционный процесс / под ред. Е.В. Басина. [Текст] - М.: Альфа, 1996. – 574 с.
31. Выступление Министра регионального развития РФ И.Н. Слюняева на Всероссийском совещании по развитию жилищного строительства в Российской Федерации в 17 июля 2013 г. [Электронный ресурс]/URL: http://www.minregion.ru/news_items/3042.

32. Экономика строительства. Учебник. /Под общей редакцией И.С. Степанова. [Текст] - М.: Юрайт-Издат, 2007. – 620 с.
33. ГОСТ ISO 9000-2011. Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь (Quality management systems. Fundamentals and vocabulary): М., 2013. - 32 с.
34. Изотов, В.С. Метрология, стандартизация, сертификация и государственный надзор в строительстве: Учебное пособие. [Текст]/ В.С. Изотов. - Казань: КГАСУ, 2011. - 123 с.
35. Градостроительный кодекс Российской Федерации от 29.12.2004 N 190-ФЗ// «Собрание законодательства РФ» от 03.01.2005, N 1 (часть 1), ст. 16, с изм., внесен. Федеральным законом от 23.06.2014 N 171-ФЗ, (ред. от 31.12.2014) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.04.2015).
36. Федеральный закон от 01.12.2007 г. № 315-ФЗ «О саморегулируемых организациях». // «Собрание законодательства РФ», 03.12.2007, N 49, ст. 6076 (с изм., внесен. Федеральным законом от 24.11.2014 N 359-ФЗ).
37. Федеральный закон от 26.12.2008 г. № 294-ФЗ «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля». // «Собрание законодательства РФ», 29.12.2008, N 52 (ч. 1), ст. 6249 (с изм., внесен. Федеральным законом от 31.12.2014 N 532-ФЗ).
38. Федеральный закон от 30.12.2009 N 384-ФЗ «Технический регламент о безопасности зданий и сооружений» // «Собрание законодательства РФ», 04.01.2010, N 1, ст. 5 (с изм., внесен. Федеральным законом от 02.07.2013 N 185-ФЗ).
39. Кардашев, И. П. Качество инженерных изысканий проектирования и строительства как базовые компоненты системной безопасности объектов капитального строительства. [Текст]/ И.П. Кардашев. // «Технический заказчик». – 2010. - № 4.
40. Карибова, И. Ш. Особенности современных требований к системе менеджмента качества строительных организаций в России [Текст] / И. Ш.

- Карибова // Экономика, управление, финансы: материалы междунар. науч. конф. (г. Пермь, июнь 2011 г.). - Пермь: Меркурий, 2011. - С. 49-52.
41. Челнокова, В.М. Управление качеством: учебное пособие [Текст] / В. М. Челнокова, Н. В. Балберова ; М-во образования и науки Российской Федерации, Санкт-Петербургский гос. архитектурно-строит. ун-т. - Санкт-Петербург : СПбГАСУ, 2010. – 135 с.
42. Управление организацией: энциклопедический словарь / Под общ. ред. А. Поршнева [и др.]. - М.: Изд-во «Инф-ра-М», 2001. - 822 с.
43. Савенкова, И. В. Конкурентный потенциал предприятия с позиции ресурсной концепции [Текст] / И. В. Савенкова, М. И. Кульш // «Молодой ученый». - 2014. - № 20. - С. 404-409.
44. Говарова, Н. Конкурентоспособность основной фактор развития современной экономики // «Проблемы теории и практики управления: Евразийский экономический журнал». - 2006. - № 4. - С.25-37.
45. Томпсон, А. А. (мл.) Стратегический менеджмент: концепции и ситуации [Текст] / А. А. Томпсон (мл.), А. Дж. Стрикленд III. М.: ИНФРА-М, 2001. 412 с.
46. Фатхутдинов, Р. А. Стратегический менеджмент: учебник [Текст] / Р. А. Фатхутдинов. - М. : Дело, 2005. - 448 с.
47. Шуваев, М. А. Методический подход к оценке рейтинга конкурентоспособности строительного предприятия. [Текст] / М. А. Шуваев. // «Проблемы современной экономики». - 2012. - № 1 (41). - 135-138.
48. Экономический словарь / Под ред. А.Н. Азрилияна. [Текст] / – М.: Институт новой экономики, 2010. – 1152 с .
49. Перухин, А. М. Оценка и управление конкурентоспособностью строительно-монтажных организаций. [Текст] // Дис...канд. экон.наук: 08.00.05. / А.М. Перухин. – М., 2004. – 174 с.
50. Асаул, А. Н. Оценка конкурентных позиций субъектов предпринимательской деятельности /Под ред. д.э.н, профессора, А. Н. Асаула [Текст] / А. Н. Асаул, Х. С. Абаев, Д. А. Гордеев. – СПб: АНО «ИПЭВ», 2007. – 271 с.

51. The Global Competitiveness Report 2014 - 2015. // [Электронный ресурс]; URL: <http://www.weforum.org/reports/global-competitiveness-report-2014-2015>.
52. Анучин, А. А. Экономико-статистический анализ региональной конкурентоспособности: на примере областей Центрально-Черноземного экономического района [Текст]. // Дис ... канд. экон. наук: 08.00.12 / А. А. Анучин. – Воронеж. – 2007. – 182 с.
53. Головихин, С. А. Конкурентоспособность экономики регионов России: Монография. [Текст] / С.А. Головихин. - Челябинск: Центр научного сотрудничества, 2012. - 356 с.
54. Савельев, Ю. В. Управление конкурентоспособностью региона: от теории к практике. [Текст] / Ю. В. Савельев. – Петрозаводск: Карельский научный центр РАН, 2010. – 516 с.
55. Чайникова, Л. Н. Методологические и практические аспекты оценки конкурентоспособности региона: монография. [Текст] / Л. Н. Чайникова. – Тамбов: Тамб. гос. техн. ун-т, 2008. – 148 с.
56. Калюжнова, Н. Я. Конкурентоспособность российских регионов в условиях глобализации. [Текст] / Н. Я. Калюжнова. – М.: ТЕИС (МГУ), 2004. – 526 с.
57. Чайникова, Л. Н. Разработка методики конкурентоспособности региона. [Текст] / Л.Н. Чайникова. // «Вопросы современной науки и практики». Университет им. В.И. Вернадского. – 2008. - № 4 (14). – Том 1. – С.154-165.
58. Коротаяева, Т. В., Жукова Т. Г. Анализ методов конкурентоспособности регионов России (на примере Самарской области). // Интернет-журнал «Науковедение». Вып. 5 (24). сентябрь-октябрь 2014. // [Электронный ресурс]; URL: <http://naukovedenie.ru/PDF/38EVN514.pdf>.
59. Сайт Рейтингового агентства строительного комплекса. // [Электронный ресурс]; URL: <http://rask.ru/>.
60. Мамаев, М. И. Комплексная методика управления инновационными конкурентными преимуществами развития предприятий строительной отрасли. [Текст] // Дис... канд. экон. наук: 08.00.05. / М. И. Мамаев. - М., 2014. - 163 с.

61. Бартеньев, М. А. Формирование механизма обеспечения конкурентоспособности строительных организаций в сфере жилищного строительства. [Текст] // Дис...канд. экон. наук: 08.00.05. / М. А. Бартеньев. - СПб, 2012. – 154 с.
62. Иваненко, Л. В. Основные проблемы малого и среднего предпринимательства в строительстве и пути их решения. [Текст]/ Л. В. Иваненко, С. М. Петров. // Основы экономики, управления и права. - 2012. - №1 (1). - С.71-76.
63. Кузьмич, Н. П. Исследование условий развития малого предпринимательства в строительстве [Текст] / Н. П. Кузьмич // Экономическая наука и практика: материалы междунар. науч. конф. (г. Чита, февраль 2012 г.). - Чита: Издательство Молодой ученый, 2012. - С. 34-37.
64. Куценко, С. Ю. К вопросу о необходимости совершенствования механизмов реализации государственной жилищной политики на муниципальном уровне. [Текст]/ С. Ю. Куценко. // «Арктика: экология и экономика» – 2013. - № 4 (12). – С.40-49.
65. Тоторкулов, Ш.М. Актуальные проблемы развития малого предпринимательства в современных условиях. [Текст]/ Ш.М. Тоторкулов, О.А.-Г. Этлухов, В.С. Мисаков. // «Вопросы экономики и права». - 2011. - № 12. - С. 123-127.
66. «Финансовое состояние и ожидания малого и среднего бизнеса в 2015 году». // Аналитический центр МСП-банка. М., 2015. [Электронный ресурс]; URL: http://www.mspbank.ru/userfiles/files/MSP_SIO_2015_15-06.pdf.
67. Индекс экономического настроения (ИЭН ВШЭ) в III квартале 2015 года. – М.: НИУ ВШЭ, 2015 – 19 с.
68. Федеральный закон от 05.04.2013 № 44-ФЗ (ред. от 30.12.2015) «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» // «Собрание законодательства РФ», 08.04.2013, N 14, ст. 1652.

69. Wernerfelt, B. A. Resource-Based View of the Firm // *Strategic Management Journal*. - 1984. - Vol. 5. - № 2. - P.171-180.
70. Прахалад, К. К. Ключевая компетенция корпорации. [Текст]/ К.К. Прахалад, Г. Хамел. // «Вестник СПбГУ». Сер. «Менеджмент». - 2003. - Вып.3. - С.18-46.
71. Грант, Р. М. Ресурсная теория конкурентных преимуществ: практические выводы для формулирования стратегии. [Текст] / Р.М. Грант. // «Вестник СПбГУ». Сер. «Менеджмент». - 2003. - Вып.3. - С.47-75.
72. Тис, Д. Дж. Динамические способности фирмы и стратегическое управление. [Текст] / Д.Дж. Тис, Г. Пизано, Э. Шуен. // «Вестник СПбГУ». Сер. «Менеджмент». - 2003. - Вып.3. – С.133-185.
73. Анчишкин, А. И. Прогнозирование темпов и факторов экономического роста социалистической экономики [Текст] / А.И. Анчишкин. - М.: Экономика, 1973. - 151 с.
74. Большой словарь иностранных слов. [Текст] - М.:ЮНВЕС, 1998, 1998. - 784 с.
75. Асаул, А. Н. Стратегическое планирование развития строительной организации. / под ред. засл. строителя РФ, д-ра экон. наук, проф. А.Н. Асаула. [Текст] / А. Н. Асаул, И.Е. Морозов, Н.И. Пасяда, В.И. Фролов. - СПб.: ГА-СУ. -2009. -163 с.
76. Ожегов, С. Н. Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений /Российская академия наук. Институт русского языка им. В. В.Виноградова. [Текст] /С. Н. Ожегов, Н. Ю. Шведова. - 4-е изд.доп.-М.: ООО «А.ТЕМП», 2007. - 944 с.
77. Румянцева, Е. Е. Новая экономическая энциклопедия. 4-е изд., стер. [Гл. XII] / Е. Е. Румянцева // М.: Инфра-М, – 2011. – 882 с.
78. Абалкин, Л. И. Новый тип экономического мышления [Текст] / Л. И. Абалкин. - М.: Экономика, – 1987. – 189 с.
79. Аакер, Д. Стратегическое рыночное управление, [Текст] / Д. Аакер. - 7-е изд. / Пер. с англ. СПб.: Питер, 2007. - 496 с.

80. Фатхутдинов, Р. А. Стратегический маркетинг: Учебник для вузов. [Текст] / Р. А. Фатхутдинов. 3-е изд. – СПб.: Питер, 2003. – 347 с.
81. Аренков, И. А. Конкурентный потенциал предприятия: модель и стратегии развития [Текст] / И. А. Аренков, Я.Ю. Салихова, М. А. Гаврилова. // «Проблемы современной экономики». - 2011. - № 4. – С.120-125.
82. Суска, А. А. Конкурентный потенциал как категория конкуренции и объект управления [Текст] / А. А. Суска // «Молодой ученый». - 2012. - № 12. - С. 277-279.
83. Савенкова, И.В. Конкурентные преимущества в системе рыночных отношений. Монография. [Текст] / И.В. Савенкова. - Белгород: Издательство «КОНСТАНТА», 2011.- 156 с.
84. Рубин, Ю. Б. Теория и практика предпринимательской конкуренции. [Текст] / Ю. Б. Рубин – М.: ООО «Маркет ДС Корпорейшн», 2004.– 782 с.
85. Башкатова, Ю. И. Принятие эффективных управленческих решений в венчурных фирмах. [Текст] / Ю. И. Башкатова, А. О. Бебрис, // «Транспортное дело России». - 2013. - № 5. - С. 160-163.
86. Введение в инноватику. Учебное пособие. [Текст] / А. Н. Асаул, В. В. Асаул, Н. А. Асаул, Р. А. Фалтинский. – СПб.: АНО «Институт проблем экономического возрождения», 2010. – с.280.
87. Пласкова, Н. С. Экономический анализ: учебник. [Текст] / Н. С. Пласкова. - М.: Эксмо, 2009. - 704 с.
88. Кудина, М. В. Теория стоимости компании. Монография. [Текст] / М. В. Кудина. - М.: ИД «Форум» - Инфа-М, 2013. - 368 с.
89. Козик, А. В. Инвестиционный потенциал предприятий (Пути и факторы его укрепления и эффективного использования). [Текст]//Дис. канд. экон. наук: 08.00.01./ А. В. Козик. - Орел, 2000. - 169 с.
90. Юлдашева, О. У. Теория и методология развития маркетингового потенциала фирмы. [Текст] // Автореф. дис. канд. экон. наук. /О. У. Юлдашева. - СПб.: Санкт-Петербургский гос. ун-т. экономики и финансов, 2006. - 36 с.

91. Каракотова З. Х. Инновационный потенциал предприятий строительного комплекса региона. [Электронный ресурс] // «Управление экономическими системами». – 2012. - № 3; URL: <http://uecs.ru/uecs-39-392012/item/1103-2012-03-05-06-58-42>.
92. Орехов, С. А. Сущность скрытого конкурентного потенциала предпринимательских структур и критерии его выявления. //«Инновации в науке»: Сборник статей по материалам XXX международной научно-практической конференции. (26 февраля 2014 г.)
93. Бебрис, А. О. Формирование механизмов развития предпринимательских структур в условиях конкуренции. [Текст] / А. О. Бебрис, Н. И. Решетько. // «Вестник Университета (Государственный университет управления)». - 2011. - № 17. - С. 113-118.
94. Третьякова, В. П. Организационный потенциал, организационный капитал, ресурсы компании: сущность и соотношение понятий в управленческой науке. [Текст]/ В. П. Третьякова. // «Вестник Южно-Уральского государственного университета». Серия: «Экономика и менеджмент». - 2013. - Вып.1. - Том 7. - С.97-102.
95. Баумгартен, Л. В. Анализ методов определения конкурентоспособности организаций и продукции. [Текст] / Л. В. Баумгартен. // «Маркетинг в России и за рубежом». – 2005. – № 4 (48). – С. 72-85.
96. Коротков, А. М. Конкурентоспособность предприятия: подходы к обеспечению, критерии, методы оценки [Текст] / А. М. Коротков, Ю. Я. Еленева // «Маркетинг в России и за рубежом». – 2001. – № 6. – С.59-68.
97. Кревенс, Д. Стратегический маркетинг. - 6-е издан. [Текст] / Д. Кревенс. - М.: Изд. дом «Вильямс», 2003. - 752 с.
98. Круг, Э. А. Характеристики методик определения конкурентоспособности предприятий. [Текст] / Э. А. Круг. // «Вестник Алтайского государственного аграрного университета». - 2009. - № 9. - С.77-81.
99. Максимова, И. В. Оценка конкурентоспособности промышленного предприятия [Текст] / И. В. Максимова // «Маркетинг». - 1996. - № 3. - С. 33-39.

100. Пунгин, И. В., Пунгина, В. С. Инновационный подход к изучению конкурентоспособности продукции, отрасли, региона. [Электронный ресурс] «Вестник Сыктывкарского государственного университета». 2009. – Вып. 2.//URL: <http://koet.syktu.ru/vestnik/2009/2009-2/8/8.htm>
101. Ушанова Н. А. Внутренний аудит как ключевой фактор обеспечения результативности системы менеджмента качества. [Текст] / Н. А. Ушанова, Е. П. Кияткина, Н. В. Власова. // Научное обозрение: научный журнал. - 2015. - № 14.. – С. 355-358.
102. Арбатская, Е. А. Подходы к оценке конкурентоспособности предприятия. [Текст] / Е. А. Арбатская. // «Известия Иркутской государственной экономической академии» - 2012. - № 1. - С.118-121.
103. Чаплина, А. Н. Обеспечение конкурентоспособности предприятий предпринимательской сферы на основе методов управления качеством. [Текст]/ А. Н. Чаплина, Е. А. Герасимова. // «Вестник Сибирского государственного аэрокосмического университета им. академика М.Ф. Решетнева». - 2012. - № 5 (45). – С. 232-237.
104. Лопаткина, Н. Ю. К вопросу об оценке конкурентного потенциала интегрированной бизнес группы. [Текст] / Н. Ю. Лопаткина. // «Российское предпринимательство». - 2011. - № 9. - Вып. 1 (191). - С.78-83.
105. Barney, J. V. Firm resources and sustained competitive advantage // «Journal of management». - 1991. -Vol.17. - № 1. – P. 99-120
106. Сорокина, И. Э. Методы оценки конкурентоспособности хозяйствующих субъектов. // «Маркетинг в России и за рубежом». - 2009. - № 4. - С.63-75.
107. Барбарская М. Н. Управление конкурентоспособностью строительной организации. [Текст] / М. Н. Барбарская. // Основы экономики, управления и права. - 2012. - № 1 (1). – С. 63-66.
108. Ерохин, Д. В. Теоретические основы оценки конкурентного потенциала промышленной фирмы. [Текст] / Д. В. Ерохин, Д. В. Галушко. // «Вестник Брянского государственного технического университета». – 2006. – № 4 (12). – С.78-81.

109. Тер-Григорьянц, Р. Г. Методические подходы к оценке конкурентоспособности продукции и предприятия / Р. Г. Тер-Григорьянц // «Вестник СевКав-ГТУ. Серия «Экономика». 2003. - № 1.- С.12 - 15.
110. Цветков, А. Н. Повышение конкурентоспособности малых строительных организаций. // Дисс. канд. экономических наук: 08.00.05 / А. Н. Цветков; С.-Петербург. гос. архитектур.-строит. ун-т.- СПб., 2011.- 166 с.
111. Гудкова, О. Е. Технологии обеспечения стратегической конкурентоспособности предпринимательских структур [Текст]. // Дис. канд. эконом. наук: 08.00.05. / О. Е. Гудкова . - Тамбов, 2012. – 169 с
112. Конкурентоспособность предприятия: учеб. пособие [Текст] / Л. Н. Чайникова, В. Н. Чайников. – Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2007. – 192 с.
113. Азоев, Г. Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика [Текст] / Г. Л. Азоев. - М. : Центр экономики и маркетинга, 1996. - 208 с.
114. Горев, А. П. Факторы формирования конкурентного преимущества на макро- и микроуровне [Текст] / А. П. Горев. - Иркутск, 2008. - 186 с.
115. Портер, М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов: Пер. с англ. [Текст] / Майкл Е. Портер. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. - 454 с.
116. Саритх, М. Конкурентоспособность: многоуровневый анализ [Текст] / М. Саритх. - М.: 2004. – 191 с.
117. Юданов, А. Ю. Конкуренция теория и практика: учебно-практическое пособие [Текст] / А. Ю. Юданов. 2-е изд., испр. и доп. - М.: Изд-во ГНОМ-ПРЕСС, 1998. - 384 с.
118. Сибирская, Е. В. Типология обеспечения конкурентоспособности малого инновационного и крупного бизнеса. [Текст]/ Е. В. Сибирская, Е. В. Симонова. // «Вестник ВГУИТ». - 2014. - № 4. - С. 246-253.
119. Эванс, Дж. Маркетинг: Сокр. пер. с англ. / Авт. предисл. и науч. ред. А. А. Горячева. [Текст]/ Дж. Эванс, Б. Берман. – М.: Экономика, 1990. – 350 с.

120. Диксон Питер Р. Управление маркетингом. Пер. с англ. [Текст] / П. Р. Диксон. – М.: ЗАО «Издательство БИНОМ», 1998. – 560 с.
121. Гамулецкий, В. В. Методика развития строительных предприятий на инновационной основе [Текст]. // Автореферат дис. канд. эконом. наук: 08.00.05 / В. В. Гамулецкий; ФГБОУ ВПО «Московский государственный строительный университет». - М., 2013. – 24 с.
122. Гумба, Х. М. Теоретические основы инновационного развития предприятий строительной отрасли: монография [Текст] / Х. М. Гумба; М-во образования и науки Росс. Федерации, ФГБОУ ВПО «Моск. гос. строит. ун-т». - М.: МГСУ, 2012. - 200 с.
123. Егорушкин, П. А. Обеспечение конкурентоспособности предпринимательских структур на основе инновационного форсайта [Текст]. // Автореферат дис. канд. эконом. наук : 08.00.05 / П. А. Егорушкин; ЧОУ ВПО «Институт социальных и гуманитарных знаний». М., 2013. – 28 с.
124. Мишурова, И. В. Менеджмент профессиональных услуг: стратегия и практика: учебно-практическое пособие [Текст] / И. В. Мишурова, Н. А. Лысенко. – Ростов-на-Дону: МарТ, 2004. – 176 с.
125. Вылегжанина, У. На всех хватит. // «Российская газета». 10.07.2012.
126. Сказочкин, А. В. О формировании системы коммерческого использования результатов научных исследований. Альманах. Наука. Инновации. Образование. [Текст] / А. В. Сказочкин. - М.: Изд-во: Языки славянской культуры. Выпуск № 12. - 2012. - С.129-159.
127. Хасунцев, И. М. Проблемы формирования отраслевых инновационных систем в экономике Российской Федерации. [Текст] / И. М. Хасунцев, Т. Н. Леонова. // «Инноватика и экспертиза». - 2014. - Выпуск 2 (13). - С.17-24.
128. The Global Innovation Index. 2014. // [Электронный ресурс] URL: <https://www.globalinnovationindex.org/userfiles/file/reportpdf/gii-2014-v5.pdf>.
129. Курбанбаева, Д. Ф. Формирование стратегии управления инновационной деятельностью с учетом цикличности развития социально-экономических систем. [Текст] // Автореферат дис. канд. эконом. наук: 08.00.05 / Д. Ф.

- Курбанбаева; ФГБУН Институт проблем региональной экономики РАН. – СПб, 2013. – 28 с.
130. Адизес, И. Управление жизненным циклом корпорации. [Текст] / И. Адизес. – М.: Питер, 2007. - 416 с.
131. Жуланов, Е. Е. Моделирование управленческих решений на предприятии в целях выбора наилучшей стратегии поведения на отраслевом рынке [Текст] / Е. Е. Жуланов // «Экономический анализ: теория и практика». – 2010. – № 21. – С.61-68.
132. Асаул, В. В. Проблемы повышения конкурентоспособности малых строительных организаций. // «Инновации экономики и управления в строительстве»: материалы Международной научно-практической конференции. 10-12 октября 2012 г. / под общей редакцией В. Ю. Жукова, Г. Ф. Токуновой; СПбГАСУ. – СПб., 2012. – 238 с.
133. Веселов С. Л. Формирование конкурентоспособности продукции в жилищном строительстве. [Текст] / С. Л. Веселов. // Инженерный вестник Дона. - 2012. - № 2. - Режим доступа: <http://www.ivdon.ru/magazine/archive/n2y2012/749> (доступ свободный).
134. Чепаченко, Н. В. Проблемы совершенствования управления конкурентоспособностью строительных организаций / Н. В. Чепаченко, М. А. Бартедьев // «Экономическое возрождение России». - 2012. - № 1. - С. 149-158.
135. Бузырев, В. В. Обеспечение конкурентоспособности строительного предприятия на основе изменения структуры его имущественного комплекса. [Текст] / В. В. Бузырев, Е. В. Кашина. // Проблемы современной экономики. - 2013. - № 2 (46). – С. 345-346.
136. Деловой климат в строительстве в I квартале 2015 года [Электронный ресурс]. // URL: <http://www.normacs.info/articles/393>
137. Калинин И. Стартапы: условный оптимизм. [Электронный ресурс]. // URL: <http://expert.ru/northwest/2015/21/startapyi-uslovnyij-optimizm/>

138. Постановление Правительства Санкт-Петербурга от 30.06.2014 № 554 «О государственной программе Санкт-Петербурга «Развитие предпринимательства и потребительского рынка в Санкт-Петербурге» на 2015-2020 годы [Электронный ресурс] //Официальный сайт Администрации Санкт-Петербурга URL: <http://www.gov.spb.ru>, 23.07.2014.
139. Постановление Правительства Санкт-Петербурга от 28.08.2007 №1059 «О создании некоммерческой организации «Фонд содействия кредитованию малого бизнеса». // «Вестник Администрации Санкт-Петербурга», N 9, 21.09.2007.
140. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. // URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/building/
141. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по городу Санкт-Петербургу и Ленинградской области [Электронный ресурс]. // URL: http://petrostat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/petrostat/resources/38dff1004f25c7ae8eefde3a99b5ae2d/mp_g.pdf
142. Эффективность экономики России [Электронный ресурс]. // URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/efficiency/#