

ПУТИ ПОДДЕРЖАНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ФИРМЫ В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ СТРОИТЕЛЬНЫМИ МАТЕРИАЛАМИ В ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ**

Обосновывается целесообразность ведения бизнеса в сфере торговли строительными материалами в Иркутской области. Рассматриваются пути повышения конкурентоспособности фирмы на рынке строительных материалов.

Ключевые слова: конкурентоспособность, эффективность, строительные материалы.

Важным условием для устойчивого развития рынка строительной продукции в Иркутской области послужили благоприятные перемены в сферах производства и финансов. Спрос на строительные материалы ощутимо возрос в условиях развития экономики: возникла, оформилась высокая потребность людей в строительных материалах.

Высокими темпами характеризуется рост объемов денежных доходов некоторых категорий населения, а также рост реализуемого ими потребления. Среди отраслей индустриального комплекса Иркутской области строительство занимает ведущее место [8, с. 151]. Следовательно, высок спрос на строительные материалы. Данный спрос удовлетворяется посредством деятельности нескольких компаний, занимающихся производством, поставкой и реализацией строительных материалов на территории Иркутской области:

- «АМИС»;
- «Технониколь»;
- «Сибирский Бизнес»;
- «Стройлогистика»;
- «Светоч»;
- «Техпром»;
- «Тепломаркет»;
- «Благо».

Оценив деятельность данных компаний, можно сказать о том, что их деятельность характеризуется постоянным развитием и направленностью на клиентов, на постепенное совершенствование ценовой и сбытовой политики.

В Иркутской области по сей день идет бурное развитие предпринимательства, при этом предпринимателями всё больше осознается специфика экономических процессов, протекающих в обществе. Таким образом, формируется всё больше крупных торговых компаний, направленных на продолжительное существование на рынке, на усовершенствование технологического процесса.

* Быкова Елена Алексеевна – магистрант, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, Иркутск, e-mail: alenkabykova@yandex.ru.

** По материалам научно-практической конференции 2017 года «Совершенствование механизма хозяйствования: состояние и проблемы».

Впрочем, перед компаниями, действующими на рынке строительных материалов, стоят значительные трудности [4, с. 52]. В связи с продолжающимся экономическим кризисом на протяжении последних лет цены производителей на строительные материалы растут, увеличивая тем самым затраты компаний. Каждая из перечисленных конкурирующих компаний вынуждена приспособиться к сформировавшейся экономической ситуации, разрабатывая наиболее приемлемые стратегии поведения на рынке.

Таким образом, на сегодняшний день доля материалов отечественного производства на рынке Иркутской области составляет порядка 80 %.

Как экспертами, так и потребителями отмечается, что в рамках многих товарных групп качество отечественных материалов заметно отстает от аналогов, поступающих из зарубежных стран. Исключениями являются такие группы материалов, как цемент, полированное стекло, некоторые виды керамических изделий [10, с. 94]. Однако подавляющая часть кровельных и гидроизоляционных материалов отечественного производства значительно уступает зарубежной продукции, как по внешнему виду, так и по сроку службы; теплоизоляционные материалы отстают по плотности, сроку службы и экологичности; подавляющая доля отечественных отделочных материалов уступает импортным по широте ассортимента.

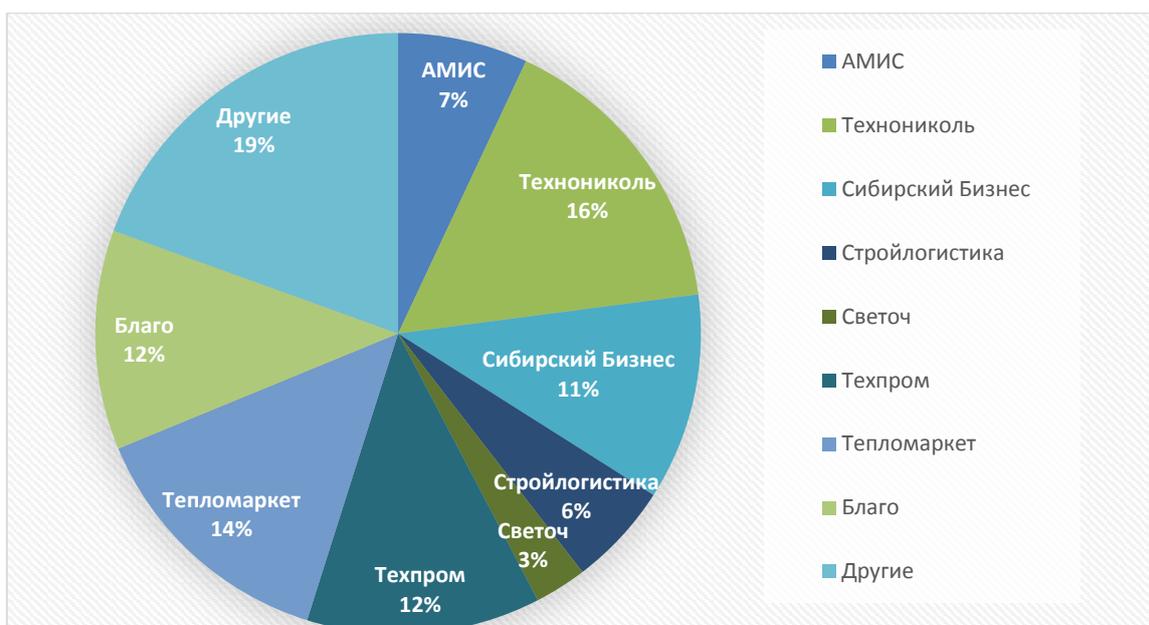
Такое положение дел определяет специфику, как в рамках всей России, так и в рамках Иркутской области, рынка строительных материалов. С одной стороны, отставание российской промышленности, задействованной в производстве строительных материалов, начиная с 1990-х годов, позволило многим зарубежным компаниям прочно обосноваться на отечественных рынках, вызвав резкий рост конкуренции во многих сегментах строительного рынка. С другой стороны, поток импортных строительных материалов позволил развиваться многим предприятиям, занятым в данной сфере.

В том числе и из-за сформировавшегося рынка сбыта посредством компаний, реализующих строительные материалы на рынке Иркутской области, доля импортной строительной продукции возрастает.

Состояние рынка строительных материалов в Иркутской области определяется, таким образом, в первую очередь величиной спроса и предложения. Спрос и предложение в данном случае рассматриваются как взаимозависимые элементы рынка, где спрос определяется потребностью покупателей в продукции, а предложение – массой продуктов, предложенных предпринимателями на рынке [7, с. 224]. Соотношение между спросом и предложением формируется в качестве пропорциональную зависимость, определяя динамику в уровне цен на продукцию [5, с. 223].

Величина спроса является, безусловно, динамической характеристикой, которая имеет определенное значение относительно определенного отрезка времени. Основным свойством спроса является то, что снижение цен на продукцию приводит к пропорциональному возрастанию спроса на эту продукцию в обществе, при условии неизменности всех прочих условий.

На 1 июня 2015 года рынок строительных материалов в Иркутской области был разделен на доли следующим образом (рис.).



Доли рынка стройматериалов в Иркутской области

Таким образом, как следует из диаграммы, на рынке действует множество компаний, реализующих строительные материалы в совершенно разных объемах. Так, крупнейшую долю рынка Иркутской области, – 16 %, – занимает компания ООО «Технониколь строительные системы», основанная в 1992 году и занимающаяся помимо реализации строительных материалов также их производством, и обладающая значительными ресурсами как на организацию своей деятельности на данном рынке, так и на успешное развитие в Иркутской области. Важно отметить, что «Технониколь» в Иркутской области стал развиваться относительно недавно – с 2014 года, однако в последующем крайне вероятен дальнейший рост доли «Технониколь» в Иркутской области. Вторую после «Технониколь» на рынке строительных материалов в Иркутской области занимает компания ООО «Тепло маркет» – 14 %. Значительную долю рынка занимает ООО ТК «Благо», быстрыми темпами развивающийся в Иркутской области – 12 % рынка.

Важно отметить, что последние исследования на тему рынка строительных материалов Иркутской области также позволяют сделать вывод о том, что в результате быстрого развития этой сферы рынка предложение возобладаало над спросом, что является ещё одним значительным фактором, характеризующим состояние данного рынка [6, с. 74].

Повышение доли рынка и её удержание обеспечивается, как правило, актуальностью реализуемого компанией ассортимента. Как известно, производство строительных материалов постоянно совершенствуется, и на рынок поступают инновационные материалы, обходящие предшественников по качеству, а зачастую и по выгодности. Постоянное расширение ассортимента, его углубление и усовершенствование товарной политики имеет в условиях жесткой конкуренции компаний, реализующих строительные материалы, важнейшее значение.

Учитывая вышесказанное, компании вынуждены выстраивать четкую товарную политику в условиях своей деятельности, обеспечивая качество и конкурентоспособность представленной продукции, создавая наиболее оптимальный ассортимент и определяя потребность общества в той или иной продукции.

Поэтому, в частности, перед компаниями, занимающимися реализацией строительных материалов, стоит задача по проведению исследовательской работы в отношении новых на рынке материалов или по разработке новых товаров, обладающих приемлемым для покупателей соотношением цены и качества. В частности, например, ООО ТК «Благо» постоянно осуществляет мониторинг новинок на рынке строительных материалов и обеспечивает свой рост поставкой их на рынок строительных материалов Иркутской области. ООО «Технониколь строительные системы» реализует иной подход, заключающийся в производстве собственной продукции, характеризующейся высоким качеством – естественно, разработка и производство собственных продуктов требует исключительных ресурсов, которыми ООО «Технониколь строительные системы» располагает как одна из крупнейших компаний по производству и сбыту строительных материалов.

Кроме того, в условиях жесткой конкуренции на рынке строительных материалов Иркутской области конкурентоспособность компании обусловлена ориентацией в условиях собственно рынка, способностью определять целевую категорию покупателей, анализировать способности конкурентов, оценивать возможности поставщиков и географические особенности региона.

Как показывает сегодняшняя ситуация на рынке строительных материалов в Иркутской области, одним из важных факторов конкурентоспособности той или иной организации является не только и не столько возможность обеспечивать новые модели управления, новые единицы ассортимента или новые методы работы, сколько возможность внедрять эти нововведения достаточно быстро в условиях своей деятельности. В сущности, именно за счет качественно реализуемой инновационной политики ООО ТК «Благо» смогла вырасти и закрепиться на рынке строительных материалов Иркутской области.

В условиях превышения предложения над спросом, актуальных для рынка строительных материалов Иркутской области, закрепление компаний на рынке и повышение их конкурентоспособности посредством ценового воздействия серьезно затруднены.

Цена, таким образом, в своих общих положениях формируется на основе таких факторов, как размер контролируемого рынка компании, конкретная ситуация экономико-политической конъюнктуры, от рейтинга компании. Цена, иначе говоря, в условиях имеющейся ситуации на рынке строительных материалов Иркутской области, формируется на основе планирования комплекса товаров и анализа структуры затрат. После этого цены корректируются в зависимости от изменений рыночной конъюнктуры.

В сложившихся условиях цена на товары является не столько средством конкурентоспособности, сколько результатом экономических процессов, протекающих как в стране, так и в регионе в данном и смежных рынках. Цена, в таком случае, напрямую продиктована затратами компании на приобретение продукции для

её последующей реализации. И, с учетом постоянного роста отпускных цен производителей на строительные материалы, цены на стройматериалы в Иркутской области характеризуются наличием тенденции на дальнейшее повышение.

Другим важным фактором, характеризующим конкурентоспособность компании на рынке строительных материалов Иркутской области, является сбытовая политика, то есть выбор каналов распределения продукции и её реализации. В подавляющем большинстве случаев производство и потребление строительных материалов не совпадает ни во времени, ни в пространстве [1]. Следовательно, независимо от свойств продукции, коммерческий успех компании может быть обеспечен лишь при рациональной, оптимальной организации распределения и обмена продукции.

В условиях жесткой конкуренции на рынке строительных материалов в Иркутской области, а также на фоне постоянного роста затрат на покупку товаров от производителей, чрезвычайно актуальным становится переработка сбыта компании посредством перестройки под новые условия системы управления организацией, повышения эффективности всех подразделений в структуре компании и подчинение всех элементов жизненного цикла реализуемой продукции интересам рынка [12, с. 318].

По этой причине одним из важных требований условий по отношению к компании является наличие и развитие отделов продаж, направленных на решение первостепенных задач по сбыту продукции и обеспечивающих таким образом выживаемость предприятия.

Сбытовая политика продиктована спросом на реализуемую продукцию в рамках целевого рынка, а также производственно-сбытовыми, финансовыми, организационно-управленческими и прочими возможностями самого предприятия. При этом сбытовая политика также является и источником развития возможностей предприятия, и её совершенствование является одним из приоритетных направлений наиболее успешных компаний на рынке строительных материалов в Иркутской области.

Выбирая каналы сбыта или занимаясь формированием новых, компания должна исходить в первую очередь из их экономически оправданной области применения, из их структуры, специализации и назначения. Следовательно, как для конкурентоспособности фирмы, так и для снижения затрат и повышения прибыли, огромное значение имеет анализ имеющихся и потенциальных каналов сбыта продукции.

Эффективность каналов сбыта, обусловлена взаимодействием с производителями продукции и посредниками. С учетом этого факта одним из важных факторов конкурентоспособности фирмы становится эффективность данного взаимодействия в рамках общей деятельности компании.

На большей части предприятий, активно и успешно действующих на рынке строительных материалов в Иркутской области, созданы отделы продаж, направленные на реализацию коммерческой деятельности по сбыту товаров и готовой продукции [2]. К основным задачам таких отделов, как правило, относятся:

- изучение спроса на ту или иную продукцию, прогнозирование спроса, поиск наиболее эффективных, прибыльных, выгодных каналов и форм реализации продукции;
- обеспечение доставки продукции потребителю в рамках оговоренных сроков;
- организованный контроль над ходом реализации продукции с целью снижения коммерческих внепроизводственных издержек, а также с целью ускорения оборачиваемости оборотных средств [9, с. 15].

Список использованной литературы

1. Данные с сайта Правительства Иркутской области. – Режим доступа: [http:// www.irkobl.ru](http://www.irkobl.ru).
2. Данные с сайта государственной статистики по Иркутской области. – Режим доступа: <http://irkutskstat.gks.ru>.
3. Бауло Д. В. Перспективное бизнес-планирование как основа экономической безопасности / Д. В. Бауло // Современные аспекты экономики. – 2012. – № 12 (184). – С. 29–34.
4. Безрукова Т. Л. Управление конкурентоспособностью предпринимательской структуры / Т. Л. Безрукова. – М. : КноРус, 2012. – 163 с.
5. Бубликова Н. Я. Анализ и оценка факторов формирования конкурентной стратегии / Н. Я. Бубликова, Н. В. Ягодин // Вестник Волжского ун-та им. В. Н. Татищева. Сер. Экономическая. Вып. 10. Тольятти ; ВУиТ. – 2013. – С. 219–225.
6. Виханский О. С. Стратегическое управление / О. С. Виханский. – М. : Инфра-М. : Гардарики, 2011. – 296 с.
7. Волков О. И. Экономика предприятия / О. И. Волков, В. К. Скляренко. – М. : ИНФРА-М, 2009. – 280 с.
8. Волкова Н. В. Экономический потенциал и стратегическое управление развитием предприятия / Н. В. Волкова // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. – 2012. – № 64. – С. 149–153.
9. Горемыкин В. А. Планирование на предприятии : учебник / В. А. Горемыкин. – М. : Филин, 2009. – 520 с.
10. Горностаев Д. В. Диагностика как этап управления финансовой устойчивостью торговых организаций / Д. В. Горностаев. – Саратов : Изд-во СГСЭУ, 2007. – 125 с.
11. Грибов В. Д. Экономика организации (предприятия) : учеб. пособие / В. Д. Грибов [и др.]. – 2 изд. – М. : КНОРУС, 2010. – 416 с.
12. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Д. Сондерс, В. Вонг. – М. : Вильямс, 2009. – 1056 с.