

СТРАТЕГИЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СТРОИТЕЛЬНОЙ КОМПАНИИ ООО «АНТЕЙ»

Кондратенко Евгения Сергеевна

магистрант

Самарский национальный исследовательский университет
им. академика С.П. Королева, Самара

Аннотация. В статье приведен анализ стратегии повышения конкурентно способности на предприятии «Антей», пути ее реализации и пути ее стратегического развития.

Ключевые слова: стратегия, конкуренция, стратегическое развитие.

Стратегия повышения конкурентно способности – это основной вид направленности в менеджменте который подразумевает выбор направленных действий для достижения целей организации с учетом внешних и внутренних факторов [1].

Стратегическое развитие строительных организаций, в условиях современной повышенной конгруэнтности, играет большую роль в рентабельности проекта. Одним из важных факторов стратегического развития является повышение их конкурентоспособности. Разработка стратегии повышения конкурентоспособности строительных организаций является основным этапом в разработке концепции компании [2].

Эта проблема играет большую роль в деятельности ООО «Антей» – строительной организации с 5-летним стажем работы на рынке г. Самара. Основные виды деятельности связан с разработкой строительных проектов и для своей и других организаций, и непосредственно сама застройка зданий общего пользования. Компания акцентирует свою деятельность на постройке элитного жилья в г. Самара и области. Деятельность организации осуществляется в условиях жесткой конкуренции и насыщенности рынка недвижимости в г. Самара. Данные по насыщенности рынка г. Самара взяты из проведенного анализа фирмы и условий рынка.

В настоящее время число конкурентов в Самаре составляет 9 организаций, из которых представлены известные фирмы как: ООО «Кошелев» ООО «Приволжский С.К.» и ООО «Град», не все выше перечисленные фирмы занимаются постройкой элитного жилья но являются конкурентами ООО «Антей» по таким услугам как: разработка планов для юридических и физических лиц. В таблице 1 представлен сравнительный анализ конкурентов г. Самара за 2016-2017 гг.

Таблица 1

Сравнительный анализ конкурентов г. Самара за 2016-2017 г.

Факторы конкурентного анализа	Ассортимент	Качество работы и материалов	Репутация	Ценовая политика	Итого
ООО «Антей»	2	4	2	3	11
ООО «Новый дон»	3	4	3	3	13
ООО «Кошелев»	3	1	4	1	9
ООО «Н.К.»	2	1	1	2	6
ООО МЖК «Адрес»	1	1	1	2	5
ООО «Лист»	1	2	1	3	7
ООО «Приволжская С.К.»	3	2	2	4	11
ООО «Сатурн»	2	2	3	4	11
ООО «Град»	4	5	5	4	18
Итого	21	23	22	25	93

Как видно из таблицы 1, рынок поделен девятью организациями. Сравнительный анализ по основным факторам: ассортимент услуг, качество материалов и работы, ценовая политика, репутация, проведенный на основе оценки по пятибалльной шкале где: 1 – очень мало, 2 – мало, 3 – средне, 4 – много, 5 – очень много, свидетельствует о том, что ООО «Антей» предоставляет услуги по более низким ценам, чем компаний ООО «Новый дон», ООО «Лист», ООО «Приволжская С.К.», ООО «Сатурн», ООО «Град». При этом, ООО «Антей» имеет низкую репутацию чем уступает большинству организаций. Как следует из анализа представленной выше таблицы, ООО «Антей» набирает 11 баллов по общей сумме, исходя из этого основными конкурентами являются: ООО «Град», ООО «Приволжская С.К.», ООО «Сатурн», ООО «Новый дон».

Как свидетельствует проведенный анализ, для усиления конкурентных позиций ООО «Антей» необходимо: увеличить ассортимент и зарекомендовать себя на рынке, там самым повысить репутацию.

Вследствие видно, что используемая фирмой «Стратегия ограниченного роста» не повышает конкурентоспособность фирмы. Для достижения этой цели представляется целесообразным выбор «Конкурентной стратегии роста», которая направлена на расширение клиентской базы и увеличение рынка сбыта. Это обуславливает необходимость расширения ассортимента предоставляемых услуг.

Как следует из проведенных маркетинговых исследований, решение этой задачи возможно за счет: создания и внедрения проекта бюджетного жилья и снижение издержек на производство что, в конечном итоге, будет способствовать повышению конкурентоспособности ООО «Антей» и данная стратегия поможет организации зарекомендовать себя на рынке г. Самара.

Список использованных источников

1. Стратегический менеджмент. Организация стратегического развития. Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. 2016. С. 25-28.
2. Стратегический менеджмент некоммерческих организаций. Учебник для бакалавриата и магистратуры. 2016. С. 103.