

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ И АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ АО «ЭЛЕКТРОЩИТ» - ТМ САМАРА НА МЕЖДУНАРОДНОМ РЫНКЕ

Матвеева В.П.¹

*Российская Федерация, г. Самара,
Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С.П. Королева*

Аннотация. В статье рассмотрен процесс выхода предприятия на международный рынок. Проведен анализ международной деятельности и конкурентоспособности предприятия АО «Электрощит» - ТМ Самара; оценена динамика прибыли за несколько лет и дан прогноз на дальнейшее развитие.

Ключевые слова: региональное развитие, электрооборудование, международная деятельность, конкурентоспособность.

В условиях постоянно меняющегося рынка товаров и услуг организации должны поддерживать и усиливать конкурентоспособность своего товара. Динамика рынка показывает, что удержать рыночные позиции может только сильнейший.

Главной целью организации является максимизация прибыли, которая достигается за счет роста и развития. Выход на международный рынок является одним из механизмов развития организации, а также одним из ключевых показателей конкурентоспособности товара и региона в целом [1].

Выход предприятия на международный рынок – серьезный шаг в его развитии, требующий больших финансовых вложений, выработку четкой стратегии и высокого уровня менеджмента [2]. Стать частью процесса глобализации по силам далеко не каждому.

Глобализация представляет собой процесс развития тесных экономических и политических связей между странами. Общий уровень глобализации значительно улучшает финансовые показатели организации.

При выходе на глобальный рынок предприятию нужно решить три задачи [1]:

¹ Обучающийся II курса магистратуры. Научный руководитель – д.э.н, профессор В.Д. Богатырев.

- какой зарубежный рынок выбрать;
- когда следует заходить на рынок;
- какой путь выхода на рынок выбрать.

В первую очередь стоит обратить внимание на макроэкономическую ситуацию. Необходимо провести анализ размеров рынка, покупательской способности населения и потенциального роста. Немаловажным фактором является ценность продукта, которую принесет организация на международный рынок [4].

Большую роль при анализе конкурентных преимуществ играет позиционирование предприятия.

Позиционирование рассматривают как место организации в сознании покупателей и его отличия от продукции конкурентов [3].

Другими словами – это набор действий, помогающий организации занять желаемую позицию в сознании целевой аудитории.

Укрепление рыночных позиций предприятия указывает на то, что оно обладает устойчивым конкурентным преимуществом и вкладывает средства в развитие производственных возможностей, позволяющих сохранить это преимущество в дальнейшем [6].

Анализ занимаемой доли рынка позволяет понять позиции организации относительно конкурентов, действующих на том же рынке. Доля рынка измеряется как в натуральном, так и в стоимостном выражении, относительно продаж ближайших конкурентов, либо ведущего конкурента.

Для того, чтобы определить уровень конкурентоспособности предприятия на рынке, следует произвести комплексный анализ показателей, сравнить их с показателями конкурентов.

На сегодняшний день выделяют две основных группы моделей и методов оценки конкурентоспособности организации [2]:

- расчетные (метод рейтинговой оценки, оценка на основе расчета доли рынка, на основе потребительской стоимости и т.д.);
- теоретические (матрица БКГ, SWOT-анализ, PEST-анализ, матрица конкуренции по Портеру, многоугольник конкурентоспособности).

Для того, чтобы определить рыночное положение АО «Электрощит» - ТМ Самара и возможности для содействия в региональном развитии, далее проводится анализ международной деятельности, а затем анализ конкурентоспособности.

АО «Электрощит» - ТМ Самара – электротехническое предприятие, предлагающее широкий ассортимент электротехнического оборудования, а также услуг по проектированию, производству, поставке, монтажу, запуску, обслуживанию и обучению клиентов [8].

АО «Электрощит» - ТМ Самара существует на рынке 78 лет.

На международном рынке с 2015 года организация приняла к исполнению и завершила множество проектов на общую сумму более 3 млрд руб.

На рисунке 1 представлены показатели экспорта в зарубежные страны в период 2016-2021 гг.



Рисунок 1. Показатели экспорта в зарубежные страны

В 2018 году завершилось несколько значимых проектов для предприятия.

Один из них – это проект для казахстанской компании АО «Атырау Жарык».

Особенностями проекта являлось соответствие индивидуальным требованиям заказчика. При изготовлении также были учтены замечания к конструкции и качеству исполнения по предыдущим поставкам. Сумма проекта составила 73 млн руб.

Другой проект, завершённый в 2018 году – заказ крупнейшего предприятия черной металлургии Кубы.

При выполнении заказа были учтены технические параметры с учетом требований заказчика; подготовлена документация по специальной форме на двух языках; изготовлены нетиповые параметры оборудования по напряжению, частоте. Изготовление оборудования производилось с учетом эксплуатации в условиях тропического климата. Сумма проекта составила 88 млн руб.

Заключительный немаловажный проект 2018 года – поставка оборудования для АЭС «Руппур» в Бангладеш для организации, занимающей первое место в мире по строительству АЭС за рубежом.

Особенностями заказа являлось подписание прямого экспортного контракта, согласование технических требований для эксплуатации в условиях тропического климата и разработка соответствующей конструкторской документации с нетиповыми комплектующими.

Общий объем поставок в Украину за период 2015-2018 гг. составил около 21,2 млн руб., в Азербайджан – 13,4 млн руб., в Анголу – 42 млн руб., в Туркменистан – 28, 6 млн руб., Молдову – 51,1 млн руб.

Наиболее крупные заказчики АО «Электрощит» - ТМ Самара:

- Республика Беларусь (151 млн руб.);
- Узбекистан (106,6 млн руб.);
- Казахстан (847, 3 млн руб.);
- Кыргызстан (1 184,9 млн руб.);
- Монголия (около 230 млн руб.).

Также предприятие совершало поставку оборудования в такие страны как Мьянма, Индия, Афганистан, Ирак, Хорватия, Турция, Сербия и Египет.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что АО «Электрощит» - ТМ Самара успешно функционирует на международном рынке. Предприятие осуществляет поставку электрооборудования в страны ближнего и дальнего зарубежья. На рисунке 2 представлен график, показывающий прибыль предприятия в период с 2017 по 2020 гг.

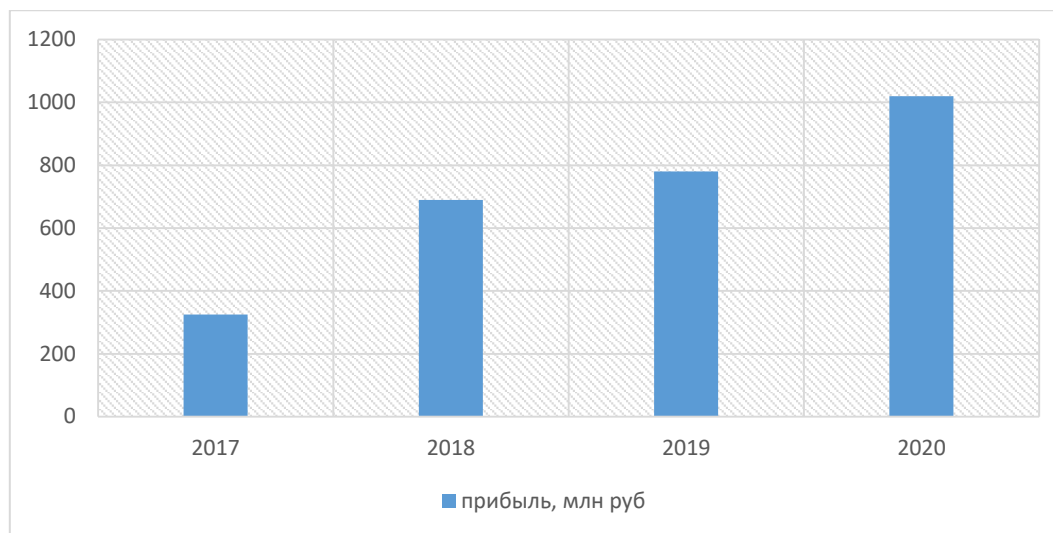


Рисунок 2. Прибыль АО «Электрощит» - ТМ Самара в 2017-2020 гг.

На графике виден ежегодный рост прибыли в течение последних четырех лет. Это говорит о том, что предприятие успешно функционирует на рынке энергетического машиностроения. Положительная динамика позволяет сделать прогноз на дальнейший рост прибыли, развитие и укрепление своих позиций на рынке.

Далее приведены результаты анализа конкурентоспособности предприятия для того, чтобы определить его положение на рынке среди конкурентов.

SWOT-анализ позволит проанализировать внутреннюю среду предприятия, найти возможности для развития и опасности со стороны рынка.

В таблице 1 выделены основные сильные и слабые стороны, а также возможности и угрозы предприятия.

Таблица 1. SWOT-анализ АО «Электрощит» - ТМ Самара

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> - большой ассортимент; - рост качества продукции; - широкий спектр услуг; - высокая доля рынка. 	<ul style="list-style-type: none"> - финансовое состояние.
Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> - повышение качества продукции; - поддержка зарубежного производителя; - инновационная деятельность; - расширение ассортимента. 	<ul style="list-style-type: none"> - усиление конкуренции на рынке; - поглощение конкурентом; - банкротство.

На основе проведенного SWOT-анализа можно сделать вывод о том, что организация имеет возможности развиваться и усиливать конкурентные позиции

на рынке. Высокая доля российского рынка (35%), постоянный рост качества продукции позволят предприятию наращивать обороты.

Далее приводятся результаты анализа конкурентоспособности АО «Электрощит» - ТМ Самара в сравнении с другими производителями электрооборудования. Для сравнения будут взяты 3 основных конкурента: ООО «Сименс Электропривод», ООО «Московский прожекторный завод» и ПАО «Электровыпрямитель».

Для того, чтобы определить, в чем предприятие опережает или уступает конкурентам, оценка будет производиться по таким критериям, как финансовое состояние, предлагаемый спектр услуг, занимаемая доля рынка, доверие со стороны заказчиков и качество производимой продукции.

Таблица 2. Рейтинг производителей (приоритетной является более высокая оценка)

Наименование предприятия	АО «Электрощит» - ТМ Самара	ООО «Сименс Электропривод»	ООО «Московский прожекторный завод»	ПАО «Электровыпрямитель»
Финансовое состояние	4	5	4	3
Предлагаемый спектр услуг	5	3	3	2
Занимаемая доля рынка	5	2	2	2
Доверие со стороны заказчиков	5	4	4	3
Качество продукции	4	5	4	4
Итого	4,6	3,8	3,4	2,8

Многоугольник конкурентоспособности позволяет наглядно увидеть конкурентные преимущества предприятия в сравнении с конкурентами. За основу берутся те же критерии, которые были оценены в таблице 2.

АО «Электрощит» - ТМ Самара является наиболее конкурентоспособным. На основе анализа видно, что он уступает только предприятию ООО «Сименс электропривод» по таким направлениям, как финансовое состояние и качество продукции.



Рисунок 2. Многоугольник конкурентоспособности

Анализ макросреды предприятия, проведенный с помощью PEST-анализа, позволил выявить политические, экономические, социальные и технологические аспекты внешней среды в таблице 3.

Изменение в законодательстве страны в области экологии может привести к повышению издержек в производстве. Нестабильность в отношениях с другими странами является барьером для активного и полноценного выхода на международные рынки. Изменение налоговой политики может привести к финансовым трудностям, при этом цены на продукцию так же будут расти.

Повышение стоимости сырья на внутреннем рынке также приведет к росту себестоимости производимой продукции. Повышение конкуренции может привести к снижению уровня продаж, так как покупатели могут сделать выбор в пользу конкурентов.

Если предприятие остановится в развитии, прекратит постоянно внедрять инновационные решения в свою продукцию, это приведет к технологическому отставанию от конкурентов, потере клиентов, падению уровня продаж.

Таким образом, становится понятно, что АО «Электроцит» - ТМ Самара является лидером рынка в данный момент, несмотря на то, что в период 2016-2019 гг. работало в убыток. Широкий спектр услуг, высокое качество продукции

позволяют оставаться лидером на рынке производителей электроприборов и завоевывать репутацию и доверие клиентов.

Таблица 3. PEST-анализ АО «Электрощит» - ТМ Самара

Политические факторы	Экономические факторы
- изменение законодательства РФ; - нестабильность в отношениях с другими странами; - изменение налоговой политики.	- банкротство; - повышение конкуренции; - повышение стоимости сырья и материалов.
Социальные факторы	Технологические факторы
- выбор покупателей в пользу конкурента.	- технологическое отставание.

Анализ конкурентоспособности АО «Электрощит» - ТМ Самара выявил, что предприятие на рынке производителей электроприборов занимает самую большую долю рынка. Основными преимуществами является широкий ассортимент предлагаемой продукции и услуг, индивидуальный подход к каждому заказчику, постоянно растущий уровень качества товара.

Список литературы

1. Володин, Ю.В., Подковыров П.А. СТРАТЕГИЯ ВЫХОДА НА МЕЖДУНАРОДНЫЕ РЫНКИ: АНАЛИЗ НЕМЕЦКИХ И РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ. Стратегические решения и риск-менеджмент. 2018;(4):20-35.
2. Виханский О.С. Стратегическое управление: Учебник / О.С. Виханский. - М.: Менеджмент, 2018. – 477 с.
3. Егоров, К.Ю. Оценка эффективности реализации стратегии социально-экономического развития региона / К.Ю. Егоров // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2010. – № 10(72). – С. 10–16.
4. Звягин, Л. С., Сатдыков А. И., Беспалова-Милек О. В. Системный анализ деятельности предприятий в экономике и финансах. Учебное пособие. — М.: КноРус., 2020. - 590 с.
5. Кислицына, В.В. Формирование комплексного подхода к оценке социально-экономического развития регионов / В.В. Кислицына, Л.С. Чеглакова, В.М. Караулов, А.Н. Чикишева // Экономика региона. – 2017. – Т. 13, вып. 2. – С. 369– 380.
6. Коссов, Д.Е. Пути повышения конкурентоспособности региона (на примере Орловской области) // Экономика и социум. – 2018. – №5(48).
7. Матвеева, Ю.В. Разработка механизма функционирования предприятия электротехнической отрасли в рыночных условиях /Экономические науки. - 2008. - №6(43).- С.133-136.
8. Матвеева, Ю.В. Моделирование программ реорганизации электротехнического предприятия (на примере ООО «Управляющая компания «Электрощит» (г. Самара) / IV Всероссийская школа-семинар молодых ученых. Проблемы управления и информационных технологий (ПУИТ'08): материалы конф. - Казань: Изд-во Казан. гос. техн. ун-та, 2008. – С.390-393.

9. Морозова, Н.В. Подходы к оценке эффективности реализации региональных стратегий социально-экономического развития / Н.В. Морозова, Н.В. Бондаренко // Вестник Чувашского университета. – 2014. – №3. – С. 178–182.
10. Портер, Е. Майкл Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов [Текст]/ Майкл Е. Портер. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2015. — 454 с.
11. Путинцева, Е.Т. Пути повышения конкурентоспособности региональной экономики (на примере Орловской области) / Е.Т. Путинцева, Е.В. Ерохина // Актуальные вопросы права, экономики и управления / редкол.: С.В. Лукашевич [и др.] – Чебоксары: ИД «Среда», 2019. – С. 51-56. – ISBN 978-5-6042955-1-9.
12. Селюков, М.В. О теории и практике стратегического управления социально-экономическим развитием региона / М.В. Селюков, Р.А. Скачков // Фундаментальные исследования. – 2012. – №6. – С. 516–519.
13. Смирнов, Э.А. Теория организации: Учебное пособие.-М.:ИНФРА-М,2003.-248 с. Акимова Т.А. теория организации: Учеб. Пособие для вузов.- М.:ЮНИТИ- ДАНА.2003.-367 с.
14. Шолудченко Я.А. Стратегическое планирование как фактор эффективного развития современной организации / Шолудченко Я.А., Панченко А.А. // Аллея науки. - 2018. -Т. 4. № 4 (20). - С. 629-632.
15. John Eadie Financial economy. - Stockholm: Nobel Press, 2015. - 136 с

POSITIONING AND ANALYSIS OF COMPETITIVE ADVANTAGES OF ELECTROSHIELD JSC - TM SAMARA ON THE INTERNATIONAL MARKET

V.P. Matveeva

*Samara National Research University,
Samara, Russian Federation*

Abstract. The article is devoted to the study of ways and factors of increasing the competitiveness of regions. The analysis of the international activities and competitiveness of the enterprise JSC "Electroshield" - TM Samara. Based on the results of the study, the assessment of the possibility of increasing the competitiveness of the region due to the activities of this enterprise is given.

Key words: regional development, electrical equipment, international activities, competitiveness.