

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ НОВОГО ОБЩЕСТВА

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНОЙ ПОЗИЦИИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

СЕМАКИНА ГАЛИНА АНАТОЛЬЕВНА

кандидат экономических наук, доцент кафедры производственного менеджмента и экономики энергетики ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный технический университет», Новосибирск, Россия

Email: galsem@ngs.ru

НОВОСЕЛОВА ЕВГЕНИЯ ОЛЕГОВНА

студент 4 курса ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный технический университет», Новосибирск, Россия

Email: galsem@ngs.ru

АННОТАЦИЯ

Любое решение по изменению своей конкурентной позиции предприятие может принять только на основании полной, достоверной оценки своего текущего состояния. В этом смысле выбора методики оценки и оценочных критериев в рамках решаемой задачи является очень важным вопросом.

Ключевые слова: конкурентная позиция, оценка конкурентоспособности, внешняя среда, внутренняя среда, промышленное предприятие.

ANALYSIS COMPETITIVE POSITION OF INDUSTRIAL ORGANIZATIONS

GALINA SEMAKINA

PhD, Associate Professor of Production Management and Energy Economics Novosibirsk State Technical University, Novosibirsk, Russia

Email: galsem@ngs.ru

EVGENIYA NOVOSELOVA

4th year student of the Novosibirsk State Technical University, Novosibirsk, Russia

Email: galsem@ngs.ru

ABSTRACT

Any decision to change its competitive position, the company may decide only on the basis of comprehensive, accurate assessment of their current status. In this sense, the choice of methods of assessment and evaluation criteria within the solved problem is a very important issue.

Keywords: competitive position, competitiveness assessment, the external environment, internal environment, industrial enterprise

Объектом исследования является машиностроительное предприятие г.Новосибирска - ОАО «Сибэлектротерм». В ходе проведения организационно-экономической оценки данного предприятия были выделены его основные конкуренты, к ним относятся: ООО «ПромТехКомплектация», ЗАО «НПП ЭПОС», ОАО «СибЗНИИЭП». Поскольку конкурентоспособность является величиной относительной, то весь дальнейший анализ был произведен относительно показателей данных предприятий.

С точки зрения оценки текущего уровня конкурентоспособности предприятие сталкивается с необходимостью анализа очень большого числа показателей своей деятельности, поскольку конкурентоспособность – величина комплексная, формируемая разнообразными составляющими внешней и внутренней среды

предприятия [1]. Учитывая все вышеизложенное, на первом этапе для анализа внешней и внутренней среды, а также выявления сильных и слабых сторон деятельности анализируемого предприятия – ОАО «Сибэлектротерм» был применен SWOT-анализ. В результате было осуществлено следующее:

1. Сегментирование рынка по потребителям. Основными заказчиками продукции завода являются:

- Генподрядчики – организации, заключающие договор с заказчиками на производство электротермического оборудования.

-Субподрядчики – организации, с которыми сотрудничают и нанимают на работу генподрядчики;

-Собственники – организации, которые закупают продукцию самостоятельно.

Они в свою очередь разделяются по следующим характеристикам:

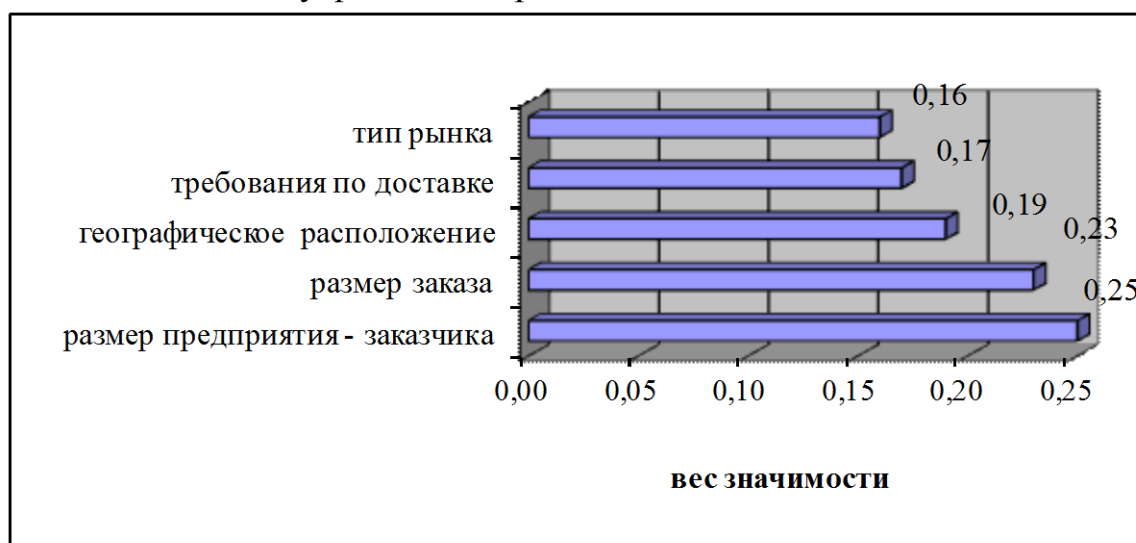


Рисунок – 1 Характеристики заказчиков

Для любого из выделенных заказчиков, имеют значение одинаковые требования к продукции

поставщика. Их можно проранжировать по степени значимости:

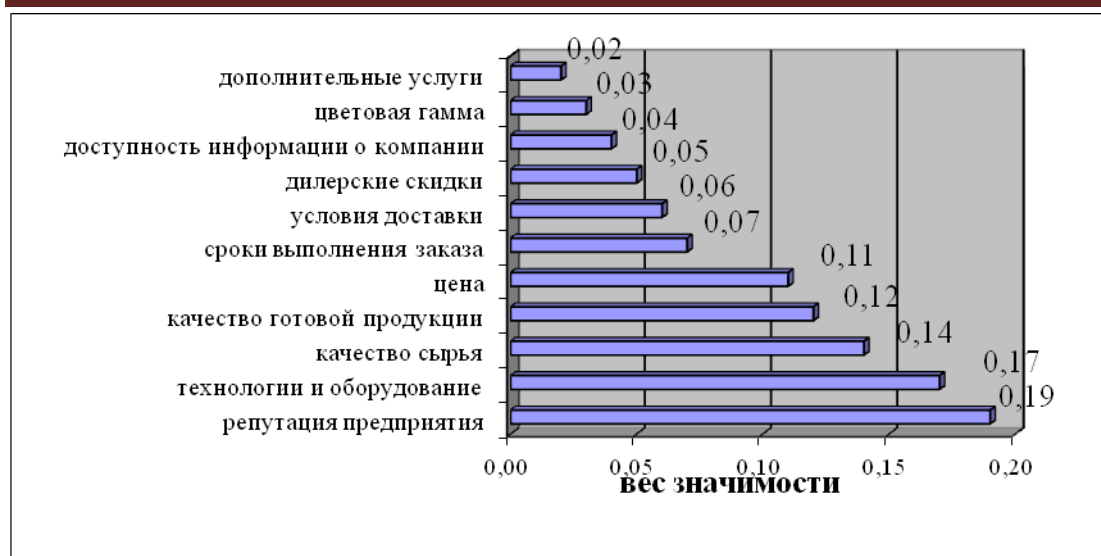


Рисунок – 2 Требования заказчиков к продукции

Для ОАО «Сибэлектротерм» приоритетными являются крупные организации с крупными заказами. Следовательно, предприятию рекомендуется принимать меры для их удержания и выполнения всех их требований на высоком уровне.

2. Позиционирование.

Была построена карта позиционирования. Из множества факторов, обуславливающих позицию на рынке, приняли за основу: качество и известность.

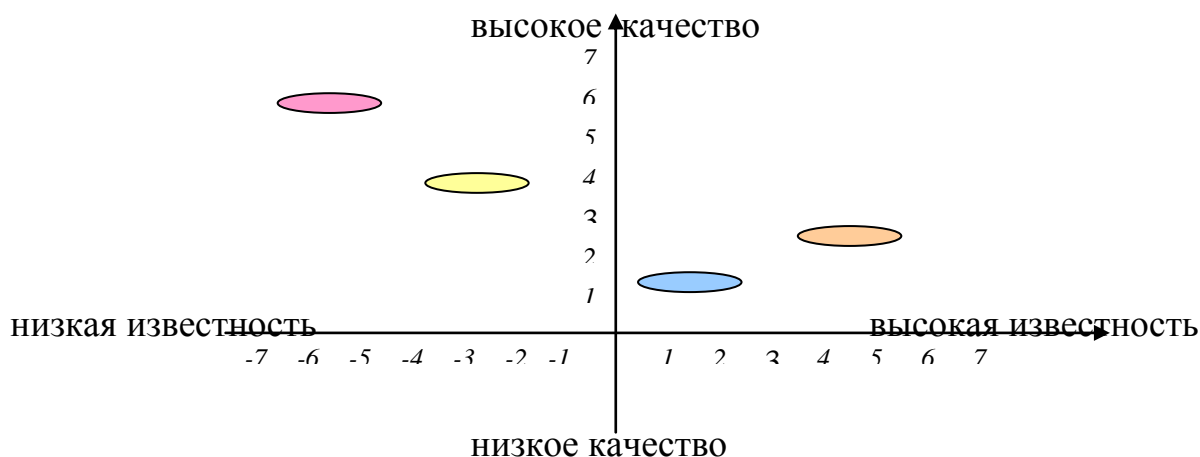


Рисунок – 2 Карта позиционирования

- ОАО «Сибэлектротерм»
- ООО «ПромТехКомплектация»
- ЗАО «НПП ЭПОС».
- ОАО «СибЗНИИЭП»

В результате проведенного анализа можно сделать вывод, что предприятию следует акцентировать свое внимание на увеличении

известности и конкурентоспособности завода с помощью рекламы, стимулирования сбыта и связей с общественностью.

На следующем этапе были разработаны рекомендации по укреплению конкурентных позиций предприятия по следующим направлениям:

- Позиционирование товарной группы. Было осуществлено для металлургического оборудования, газораспределительного и горношахтного оборудования. По результатам произведенного позиционирования выявлено, что ОАО «Сибэлектротерм» по оцениваемым показателям является неопровержимым лидером по всем трем позициям товарной группы.

- Политика распределения. Учитывая отраслевую специфику предприятия нужно отметить, что осуществляются прямые продажи продукции предприятия. В качестве рекомендаций предлагается использовать такой способ распределения как прямой маркетинг.

- Политика продвижения. В качестве практической рекомендации для предприятия

разработан маркетинговый бюджет на I полугодие 2015 года.

В заключении стоит отметить, что промышленные предприятия, функционирующие в сфере электрометаллургического оборудования, учитывая невысокую конкурентную активность в этой отрасли не уделяют системного внимания вопросам оценки конкурентоспособности и разработки мероприятий по ее совершенствованию [2]. Это объясняется еще и отсутствием у предприятий эффективных управленческих и организационно-экономических механизмов реагирования на изменения внешней и внутренней среды предприятия. Таким образом, проведенный анализ текущей конкурентной позиции предприятия, интегральная оценка конкурентоспособности позволили разработать и предложить предприятию комплекс мероприятий, позволяющих оказать корректирующее действие и сформировать и укрепить конкурентные преимущества.

ЛИТЕРАТУРА

1. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации [Текст]: Учеб. пособие / Р.А. Фатхутдинов. – М.: Эксмо, 2014. – 544 с.
2. Семакина Г.А. Формирование конкурентных преимуществ предприятий автотранспортного сервиса на основе выявления ключевых факторов успеха (КФУ) // Российское предпринимательство. — 2014. — № 14 (260). — с. 147-154. — <http://www.creativeconomy.ru/articles/32672/>

REFERENCES

1. Fatkhutdinov RA Management of competitiveness of the organization [Text] : Proc . Benefit / RA Fatkhutdinov . - M .: Eksmo, 2014. - 544 p.
2. Semakina GA Formation of competitive advantages of the enterprises of motor transport services by identifying key success factors (CFI) // Russian Entrepreneurship. - 2014. - № 14 (260). - C. 147-154. - <http://www.creativeconomy.ru/articles/32672/>