

УДК 339.137.2

***ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ООО «МОТОВИЛИХА-
ГРАЖДАНСКОЕ МАШИНОСТРОЕНИЕ»***

Тарасов А.В.

магистрант

Пермский национальный исследовательский политехнический университет,

Пермь, Россия

Аннотация

В статье проведены результаты анализа и оценки конкурентоспособности ООО «Мотовилиха-гражданское машиностроение» различными методами, а также выявлены достоинства и недостатки этих методов, по итогам оценки конкурентоспособности предложены рекомендации участникам рынка. При выполнении научной работы использовались методы: монографический, абстрактно-логический, различные способы определения конкурентоспособности организации.

Ключевые слова: Конкурентоспособность, промышленное предприятие, SPACE-анализ, матрица БКГ, многоугольник конкурентоспособности.

***ASSESSMENT OF COMPETITIVENESS OF LLC MOTOVILIKHA-CIVIL
ENGINEERING***

Tarasov A.V.

master student

Perm National Research Polytechnic University,

Perm, Russia

Annotation

The article presents the results of the analysis and assessment of the competitiveness of LLC Motovilikha-civil engineering using various methods, and also identifies the advantages and disadvantages of these methods, and based on the results of the assessment

of competitiveness, recommendations to market participants are offered. When performing scientific work methods were used: monographic, abstract-logical, various ways to determine the competitiveness of the organization.

Keywords: Competitiveness, industrial enterprise, SPACE analysis, BCG matrix, competitiveness polygon.

Сегодня стратегии деятельности предприятий направлены на повышение их конкурентоспособности [4,8,9,10]. С этой целью разработаны и применяются разнообразные методы оценки конкурентных позиций предприятий, их стратегий и конкурентных преимуществ [3]. Один из методов анализа перспектив и конкурентоспособности предприятия, основанный на выпускаемой предприятием продукции, – это построение матрицы БКГ [2].

В качестве объекта исследования было выбрано нефтепромысловое и буровое оборудование, как одно из ключевых машиностроительных направлений ООО «Мотовилиха-гражданское машиностроение». На рисунке 1 представлена матрица БКГ, построенная для следующих товаров ООО «Мотовилиха-гражданское машиностроение»: насосные штанги, утяжеленные бурильные и ведущие трубы

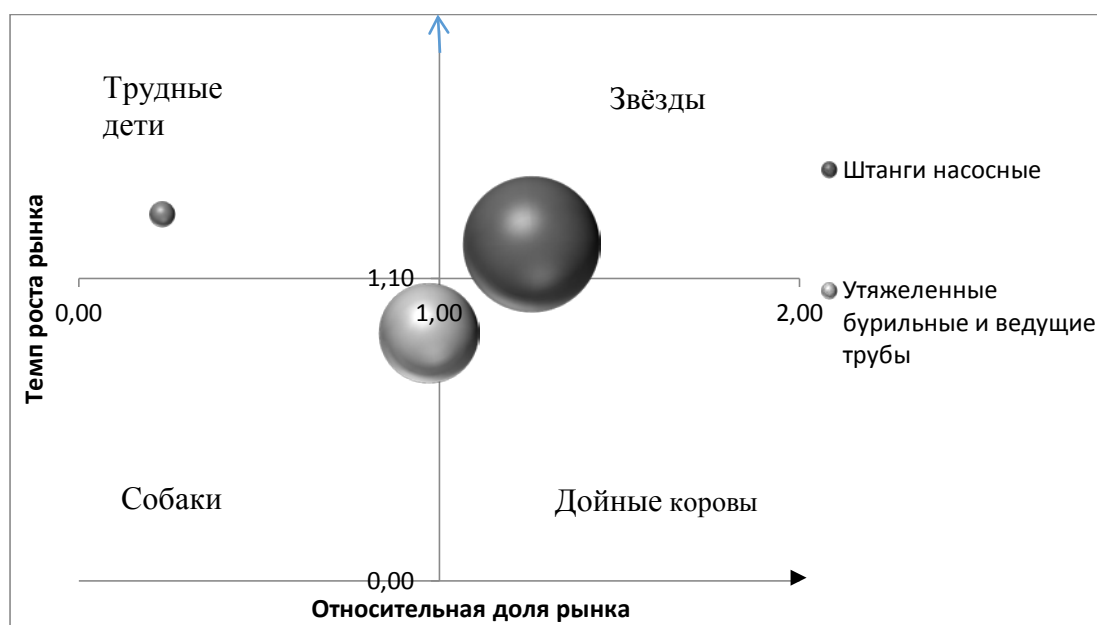


Рис. 1 – Результат построения матрицы БКГ

Таким образом, из рисунка видно, что штанги насосные занимают промежуточное положение между «звёздами» и «дойными коровами», утяжеленные бурильные и ведущие трубы занимают промежуточное положение между «собаками» и «дойными коровами», а инструмент КРС относится к «трудным детям».

В таблице 1 указаны варианты товарной стратегии ООО «Мотовилиха-гражданское машиностроение» в отношении нефтепромыслового и бурового оборудования.

Таблица 1 – Варианты товарной стратегии

Сегмент	Продукция	Стратегия
Звёзды	Штанги насосные	Увеличить объём реализации, оберегать и укреплять за счет дополнительных инвестиций
Собаки/дойные коровы	Утяжеленные бурильные и ведущие трубы	Решить: сокращать объём реализации либо попробовать поддерживать продукт для сохранения доли рынка
Трудные дети	Инструмент КРС	Увеличить долю рынка продукта либо при отсутствии инвестиций - ликвидация

Из этого следует, что штанги насосные приносят прибыль, но при дополнительных вложениях денежных средств, способны увеличить размер дохода. Позиции насосных штанг на рынке следует укреплять. Для утяжеленных бурильных и ведущих труб, скорее всего, следует сократить объём реализации и инвестиций, а средства направить, например, на укрепление позиций насосных штанг на рынке либо сосредоточить внимание на улучшении позиций инструментов КРС на рынке.

К плюсам методики можно отнести продуманность теоретической основы, достаточную объективность оценки и наглядность. Минусами матрицы БКГ являются: трудность определения границ доли рынка, анализ небольшого количества факторов.

Еще один метод – SPACE-анализ [1,6,7]. На наш взгляд, данная методика является подходящей для определения стратегических альтернатив развития

предприятия. Объектом исследования является нефтепромысловое и буровое оборудование.

В основе лежат следующие факторы оценки конкурентоспособности предприятия: финансовый потенциал, привлекательность отрасли, стабильность обстановки, конкурентные преимущества. Каждый из четырех факторов делится на параметры, которые, в свою очередь, оценивались по 6-бальной шкале.

Финансовый потенциал рассматривался по следующим критериям: прибыль на вложение (4 балла), эффект финансового рычага (2 балла), ликвидность (3 балла), поток денежных средств (4 балла), простота ухода с рынка (2 балла), рискованность бизнеса (3 балла), оборачиваемость запасов (4 балла). Среднее арифметическое данного фактора – 3,14 балла.

Привлекательность отрасли оценивалась по критериям: потенциал роста (4 балла), потенциальная прибыльность (5 баллов), финансовая стабильность (3 балла), уровень технологии (5 баллов), капиталоемкость (1 балл), легкость вхождения в рынок (5 баллов); производительность, использование производственных мощностей (3 балла); уровень спроса (4 балла). Среднее арифметическое этого фактора – 3,75 балла.

Стабильность обстановки включает в себя: удельный вес инновационных товаров (3 балла), темп инфляции (3 балла), разброс цен конкурирующих продуктов (1 балл), вероятность появления новых конкурентов (4 балла), давление конкурентов (4 балла), эластичность спроса по цене (4 балла), зависимость от поставщиков (4 балла). Среднее арифметическое фактора – 3,28 балла.

Конкурентные преимущества рассматриваются с позиций: доля рынка (3 балла), качество продукта (2 балла), широта номенклатуры (2 балла), лояльность потребителей (2 балла), Инновационная активность (5 баллов), Использование производственных мощностей конкурентов (3 балла), Степень

вертикальной интеграции (2 балла). Среднее арифметическое фактора – 2,71 балла.

Начало вектора находится в точке начала координат, конец вектора – в точке с координатами: $X=IS-CA=3,75-2,71=1,04$; $Y=FS-ES=3,14-3,28=-0,14$. На рис. 2 представлена матрица для графической интерпретации результатов. Положительные стороны этого метода: понятность проведения и наглядность представления полученных результатов. Недостатки: группы факторов подразделяются субъективно.

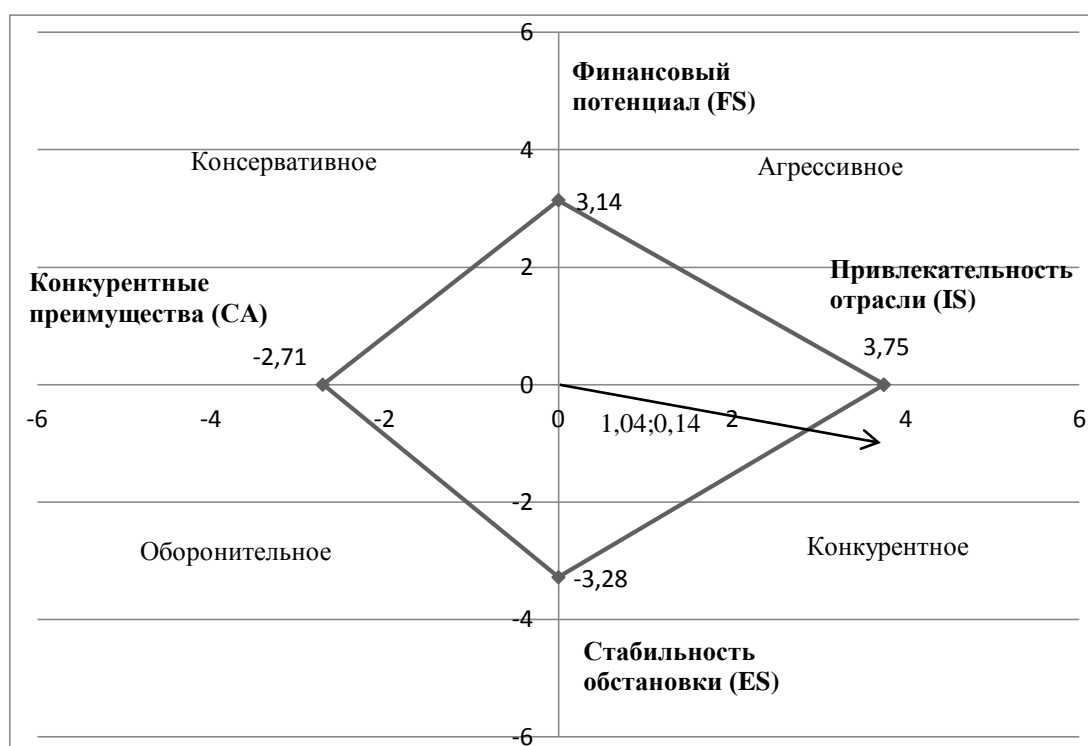


Рис. 2 – Графическое изображение положения предприятия по итогам SPACE-анализа

После анализа данных на рис. 2, можно сделать вывод, что ООО «Мотовилиха-гражданское машиностроение» расположено условно в области конкурентного положения. Это означает, что организация является растущей, однако, рынок, участником которого является фирма, относительно нестабилен. Необходимо также отметить, что финансовый потенциал предприятия является критическим. Чтобы устранить угрозы относительно потерь финансирования,

их необходимо парировать. Основные механизмы для достижения данной цели: поиск финансовых ресурсов, в том числе расширение банковского финансирования инвестиционных проектов предприятий, развитие сбытовых сетей [5].

С целью проведения комплексного анализа конкурентоспособности фирмы используется еще один метод – построение многоугольника конкурентоспособности [11] по различным товарам, выпускаемым предприятием (рис. 3 и 4). В основе лежат следующие показатели: имидж, широкая номенклатура, качество продукции, ценовая политика, бонусные программы для покупателей и другие, в зависимости от выбранного ранее товара.

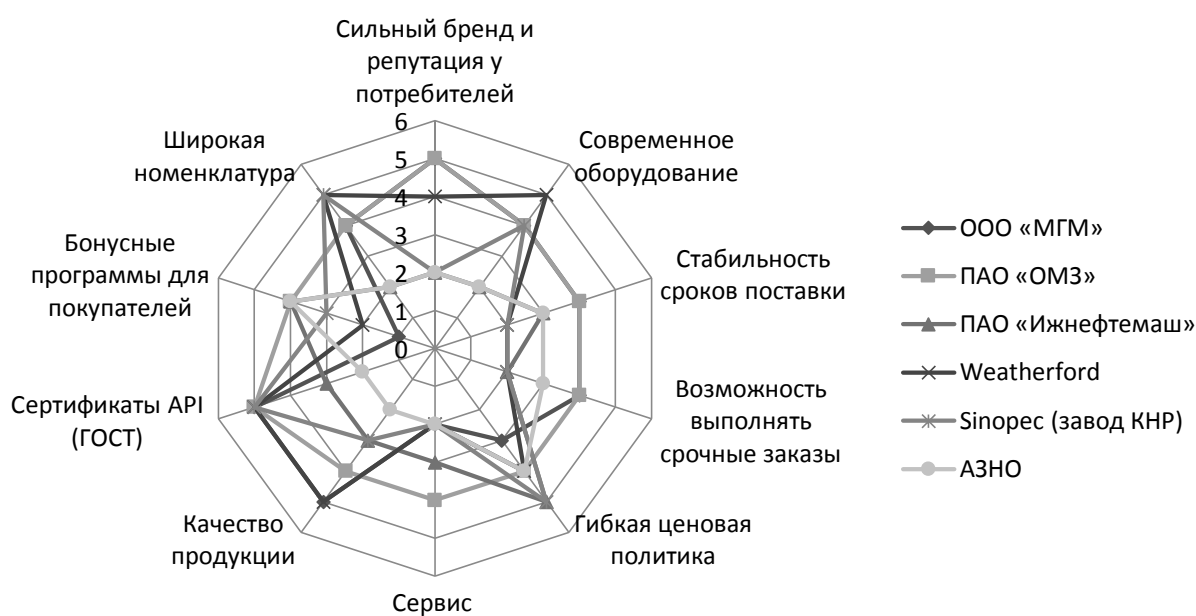


Рис. 3 – Многоугольник конкурентоспособности насосных штанг

По данным рисунка 3 у ООО «МГМ» отсутствует бонусная программа для покупателей, на низком уровне находятся сервис и гибкость ценовой политики. На данные показатели необходимо обратить особое внимание. Однако, ООО «МГМ» относительно имиджа, сертификатов продукции и ее качества выступает в роли лидера.

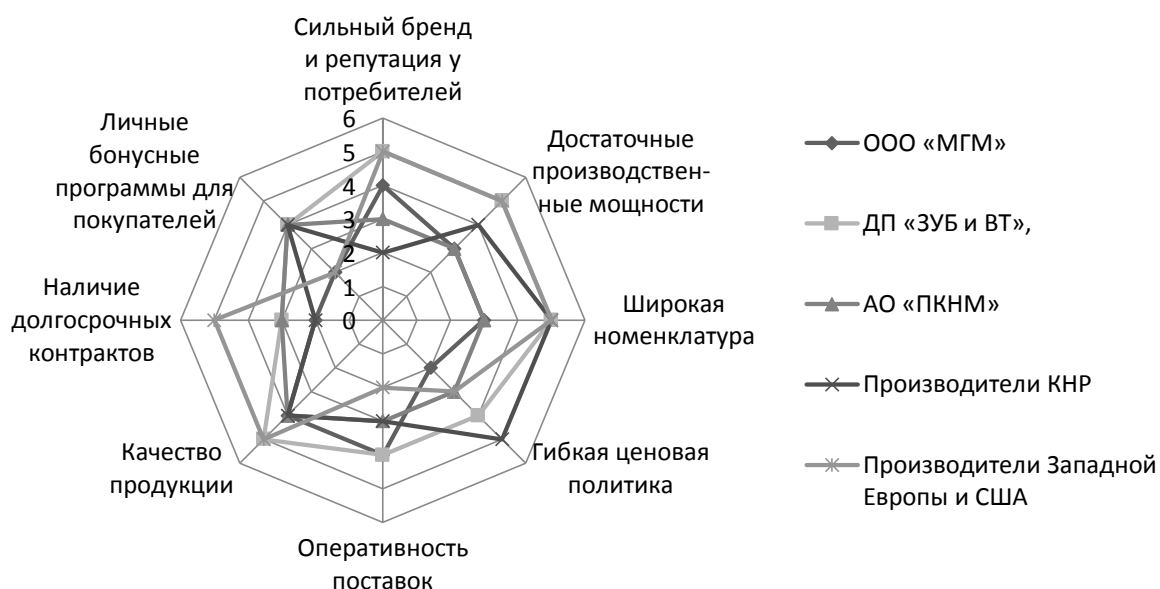


Рис. 4 – Многоугольник конкурентоспособности утяжелённых бурильных и ведущих труб

По данным рисунка 4 у ООО «МГМ» слабо развиты бонусная программа для покупателей, долгосрочные контракты, гибкость ценовой политики, широта номенклатуры, использование производственных мощностей. На данные показатели также необходимо обратить особое внимание. ООО «МГМ» относительно оперативности поставок выступает в роли лидера.

Выводы. Анализ конкурентоспособности тремя методами позволяет выявить положительные стороны и недостатки каждого из них и выработать рекомендации для участников рынка.

На основе результатов, полученных по матрице БКГ, необходимо увеличить объём реализации штанг насосных, в том числе за счет дополнительных инвестиций [5]. Также необходимо обратить особое внимание на утяжеленные бурильные и ведущие трубы, необходимо либо сокращать объём реализации, либо попробовать поддерживать продукт для сохранения доли рынка. Можно увеличить долю рынка по такому товару, как инструмент КРС или же полностью ликвидировать производство из-за отсутствия инвестиций. Матрица

БКГ имеет много положительных моментов и позволяет поставить стратегические задачи, однако не рассматривает тактическую часть реализации целей.

Построение многоугольника конкурентоспособности является относительно лёгким анализом, нетрудоемким и наглядным, расчеты по данной методике можно выполнить в короткие сроки при знании всех показателей, однако метод может искажать реальную картину из-за отсутствия учета весомости показателей. По насосным штангам ООО «МГМ» на рынке держится уверенно.

Привлекательность отрасли и стабильность обстановки по результатам SPACE-анализа являются относительно устойчивыми, именно поэтому можно сделать вывод, что ООО «Мотовилиха-гражданское машиностроение» расположено по данным расчетам в области конкурентного положения. Такая позиция подтверждает привлекательность отрасли. ООО «Мотовилиха-гражданское машиностроение» необходимо, в первую очередь, начать поиск финансовых ресурсов и расширять сбытовые каналы.

Библиографический список:

1. Балан В. Формирование стратегии развития предприятия на основе динамического SPACE-анализа / В. Балан, И. Тимченко // Схід. – 2016. – № 4 (144). – С. 5-16.
2. Гойко К. В. Матрица БКГ: понятие, построение и анализ / К. В. Гойко // Академия педагогических идей новация. – 2016. – №10. – С. 147-155.
3. Гришина С. А. SPACE - анализ как метод оценки действующей стратегии в организации / С. А. Гришина, О. А. Горбунова // Вестник современных исследований. – 2018. – № 9.4 (24). – С. 76-79.
4. Мингалева Ж.А. Современные стратегии фирм / Ж. А. Мингалева // Экономика и производство. – 2002. – № 4. – С. 13.
5. Мингалева Ж.А. Организационные аспекты активизации инвестиционной деятельности промышленных предприятий в условиях структурных преобразований / Ж. А. Мингалева // Организатор производства. – 2003. – № 4 (19). – С. 36-40.
6. Миронов В. А. Сущность метода SPACE / В. А. Миронов // Научно-технический прогресс: актуальные и перспективные направления будущего : сборник материалов VI Международной научно-практической конференции. – 2017. – С. 207-209.

7. Михайлова Э. А. Применение spase-анализа для разработки стратегии машиностроительных предприятий / Э. А. Михайлова, П. Е. Ефимова // Известия высших учебных заведений. – Серия: Экономика, финансы и управление производством. – 2016. – № 4 (30). – С. 40-47.
8. Проблемы развития экономики и общества / М. А. Ермолина, И. В. Кирьянов, Е. Д. Кочегарова, Т. Ю. Ксенофонтова, А. А. Лысоченко, Ж. А. Мингалева, Е. Н. Ключко, В. С. Новиков, Г. В. Данилов, К. В. Рочев // St. Louis. – 2013.
9. Тарасов А. В. Анализ факторов конкурентоспособности отечественных машиностроительных предприятий / А.В. Тарасов // Научные разработки молодых ученых : сборник материалов ; междунар. молодежная науч.-практич. конф. (10 марта-07 апреля 2017 ; Новосибирск). – Новосибирск, 2017. – С.225-230.
10. Шевченко И. В. Современные методы стратегического анализа деятельности компании / И. В. Шевченко, З. А. Шидова // Современные тенденции развития науки и технологий. – 2016. – № 2-6. – С. 155-157.
11. Ширшова Л. В. Основы анализа и методы оценки конкурентоспособности предприятия / Л. В. Ширшова // Вестник Московской государственной академии делового администрирования. – 2011. – № 6 (12). – С. 113-118.

Оригинальность 97%