

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНЫХ ПОЗИЦИЙ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА РЫНКЕ

Комарова С.Л.,

Белорусско-Российский университет

Аннотация: в статье проведено исследование конкурентоспособности продукции ОАО «Могилевский завод «Электродвигатель». Оценку конкурентоспособности продукции предприятия предлагается проводить балльным методом и методом построения радара конкурентоспособности. Проведены исследования емкости рынка электродвигателей. Предложены мероприятия по увеличению портфеля заказов предприятия.

Ключевые слова: электродвигатель, конкурентоспособность, емкость рынка, балльная оценка, радар конкурентоспособности

Основным видом деятельности ОАО «Могилевский завод «Электродвигатель» является производство асинхронных электродвигателей с короткозамкнутым ротором единой серии АИ мощностью от 0,12 кВт до 30 кВт, в базовом исполнении, а также в многочисленных модификациях и специальных исполнениях, адаптированных под специфические требования эксплуатации и конструктивные особенности.

Основной продукцией, удельный вес которой составляет более 85% в общем объеме производства, являются электродвигатели с высотой оси вращения (ВОВ) 56-180 мм, мощностью от 0,12кВт до 30,0 кВт.

Удельный вес по основным видам продукции в 2017 году представлен на рис. 1.

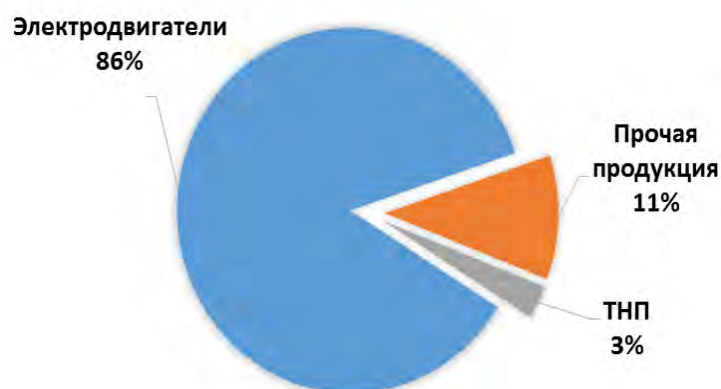


Рис. 1. Удельный вес производства по основным видам продукции

Объем производства продукции по итогам работы ОАО «Могилевский завод «Электродвигатель» за 2017 год в фактических ценах составит 50 050 тыс. бел. руб.

За последние 5-6 лет ситуация в сегменте электродвигателей мощностью до 250 кВт радикально изменилась с приходом на наш рынок китайских производителей. Сегодня импорт китайских электродвигателей в два раза

превышает объём производства всех предприятий-производителей рынка государств, входящих в таможенный союз. Негативное влияние на объёмы производства оказывает снижение объёмов производства продукции промышленными предприятиями Российской Федерации, производящими различное насосное, вентиляционное и компрессорное оборудование. Падение объёмов производства составило по разным предприятиям от 10% до 30%, в течение 2016-2017 года.

В связи с этим возникает необходимость провести исследования конкурентоспособности продукции ОАО «Могилевский завод «Электродвигатель».

Конкурентоспособность электродвигателей на рынке Дальнего Зарубежья оценивается балльным методом и методом построения радар конкурентоспособности.

Таблица 1

Анализ конкурентоспособности электродвигателей на рынке Дальнего Зарубежья

Наименование производителя	Критерий, баллы			
	Качество	Цена	Объём поставки	Ассортимент
ОАО «Могилевский завод «Электродвигатель»	5	5	19 827	5
ОАО «Полесьеэлектромаш»	5	6	11 000	3
СП ООО «Нодвиг»	5	6	5 000	2
ООО «Электросталь»	5	7	4 000	2
ОАО «ВЭМЗ»	6	6	20 000	6
ОАО «ELDIN»	7	7	15 000	6
ЗАО «Мосэлектромаш»	4	5	7 000	2
ОАО «Уралэлектро»	6	6	15 000	5
ОАО ХЭЛЗ «Укрэлектромаш»	5	5	11 000	4
ОАО «Электромотор»	4	8	12 000	3
Китайские производители	5	9	130 000	10
Европейские и американские производители	9	3	15 000	10



Рис. 2. Радар конкурентоспособности электродвигателей на рынке Дальнего Зарубежья

Проанализировав всех конкурентов электродвигателей на рынке Дальнего Зарубежья можно сделать вывод, что ОАО «Электродвигатель» по сравнению с конкурентами находится на среднем уровне (по качеству продукции – 5 баллов из 10 баллов, по цене – 5 баллов из 10 баллов, по объему поставки 7 из 10 баллов и по ассортименту 5 баллов из 10 баллов).

Сильной стороной ОАО «Электродвигатель» является большое количество поставок на рынок Дальнего Зарубежья.

Минусами являются среднее качество выпускаемой продукции и средней цены. Так же наличие среднего ассортимента по сравнению с конкурентами.

Очень серьезными конкурентами являются китайские производители, у которых качество 5 баллов, цена 9 баллов, объем поставки 10 баллов и ассортимент тоже 10 баллов; европейские и американские производители по тем же критериям оказались лучше по качеству 9 баллов, по цене 3

балла, по ассортименту 10 баллов, а по объему поставки 6 баллов.

Самым слабым из конкурентов является ЗАО «Мосэлектромаш» его оценки по качеству 4 балла, по цене 5 баллов, по объему поставки 3 балла и ассортименту 2 балла.

Резкий рост конкурентоспособности продукции ОАО «Могилевский «Электродвигатель» на рынке СНГ позволит значительно потеснить как продукцию китайского производства, так и продукцию основных конкурентов из местных производителей – ОАО «УРАЛЭЛЕКТРО» г. Медногорск Российская Федерация, ОАО «Полесьеэлектромаш» г. Лунинец Республика Беларусь, СП «НОДВИГ» г. Полоцк Республика Беларусь, ООО «Электросталь» г. Новолукомль, уровень конкурентоспособности которых останется на прежнем уровне. Ожидается также рост продаж у ОАО «Ярославский электромашиностроительный завод» (ЭЛДИН) и ООО «ВЭМЗ» г. Владимир Российская Федерация. Данные предприятия обладают значительными финансовыми и технологическими ре-

сурсами, которые позволят им нарастить объемы продаж в 2018-2020 году. Однако, учитывая, что основной объем их производства, приходится на электродвигатели выше 7,5 кВт этот рост не повлияет на результаты продаж анализируемого предприятия.

Увеличение доли ОАО на рынке Республики Беларусь за счет снижения себестоимости производства двигателей и улучшение их привлекательности по ценовому фактору (рисунок 3). Макси-

мальное удовлетворение индивидуальных потребностей прямых потребителей в части конструктивных и технических параметров, проведение переговоров с потенциальными заказчиками.

ОАО «Могилевский завод «Электродвигатель» на рынке стран СНГ занимает третье место (10,83% или 16 500 штук).

Лидером на этом рынке является Китай доля которого составляет 41,86% или 63 800 штук.



Рис. 3. Емкость рынка электродвигателей переменного тока в 2017 году в странах СНГ

Таким образом, основными конкурентами завода «Электродвигатель» является Китай, «Уралэлектро» г. Менногорск и ОАО «Электромотор» г. Полтава.

Повышать конкурентоспособность продукции на внутреннем и внешнем рынках необходимо посредством постоянного улучшения качества продукции.

Для повышения эффективности товарной политики предприятия ОАО «Электродвигатель» рекомендуется следующий комплекс мероприятий:

1) выделение сегментов рынка, понять и изучить их потребности, так же разработать стратегии выхода и его охвата;

2) обновить оборудование более совершенным, которое будет экономить время на производство продукции и поможет улучшить ее качество;

3) усовершенствовать коммуникативную политику предприятия.

Учитывая тенденции развития рынка электродвигателей, необходимо уделять особое внимание продукции, которая пользуется наибольшим спросом у потребителей, и снять с производства нерентабельную продукцию.

Продавать больше продукции на рынке Республики Беларусь нецелесообразно, так как рынок нашей страны и так насыщен, более эффективно экспортировать продукцию в Российскую федера-



цию, которая является основным нашим потребителем.

Комплексное проведение всех указанных мероприятий позволит увеличить долю предприятия на рынке Российской Федерации.

Стратегия маркетинга на рынке Российской Федерации направлена на увеличение портфеля заказов за счет следующих мероприятий:

- расширение дилерской сети предприятия – наличие дилера в каждом крупном городе Российской Федерации позволит обслуживать клиентов с маленькой потребностью;

- расширение номенклатуры продукции – более комплексное обслуживание потребностей отдельных клиентов;

- ведение работу с крупными потребителями напрямую;

- согласование с крупными прямыми потребителями программы импорт замещения;

- использование ценового фактора – как основного аргумента на высоко конкурентном рынке электродвигателей;

- ведение постоянного мониторинга емкости рынка по СНГ;

- развитие логистической системы распределения товара по регионам Российской Федерации;

- более активная работа с конечными прямыми потребителями –изготовителями по отраслям машиностроительной и деревообрабатывающей

продукции, особенно с индивидуальными требованиями по техническим параметрам электродвигателей;

- увеличение поставки специальных двигателей с электро-тормозом, взрывозащищенных, специального исполнения: «Кранмаш», «Веза», «Тепломаш», НПО «Арктика»;

- расширение номенклатуры двигателей, ранее поставляемых клиентам;

- усиление рекламной деятельности – участие в выставочной деятельности, активная реклама через сеть, изготовление и распространения через почту буклетов, рекламных листов и т.д.;

- увеличение поставок в Украину, страны Балтии;

- совместная, с выездом представителя общества, работа с дилерами общества по расширению рынков сбыта продукции предприятия.

Реализация вышеприведенных мероприятий предприятия ОАО «Электродвигатель» позволит повысить качественный уровень продукции, будет стимулировать ее продвижение на рынки стран СНГ, Ближнего и Дальнего Зарубежья.

Литература

1. *Официальный сайт ОАО «Могилевский завод «Электродвигатель» [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.mez.by*
2. *Бизнес-план ОАО «Могилевский завод «Электродвигатель» за 2018 год.*



References

1. *Oficial'nyj sajt OAO «Mogilevskij zavod «EHlektrodivigatel'» [EHlektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: www.mez.by*
2. *Biznes-plan OAO «Mogilevskij zavod «EHlektrodivigatel'» za 2018 god.*

ANALYSIS OF COMPETITIVE POSITIONS OF PRODUCTION OF THE ENTERPRISE IN THE MARKET

*Komarova S.L.,
Belarusian-Russian University*

Abstract: the article conducted a study of the competitiveness of products of the OJSC “Mogilev Plant «Electromotor». The assessment of competitiveness of production of the enterprise is offered to carry out a point method and a method of construction of a radar of competitiveness. Researches of capacity of the market of electric motors are carried out. Measures to increase the portfolio of orders of the enterprise are proposed.

Keywords: electric motor, competitiveness, market capacity, scoring, competitiveness radar

