

Мужжавлева Татьяна Викторовна

д-р экон. наук, профессор
ФГБОУ ВО «Чувашский государственный
университет им. И.Н. Ульянова»
г. Чебоксары, Чувашская Республика

ОЦЕНКА МЕЖДУНАРОДНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ЭЛЕКТРОТЕХНИЧЕСКОГО КЛАСТЕРА ЧУВАШСКОЙ РЕСПУБЛИКИ (НА ПРИМЕРЕ АО «ЧЭАЗ»)

Аннотация: в статье на примере ведущего предприятия электротехнической отрасли АО «ЧЭАЗ» анализируется конкурентный потенциал на основе апробированных методик. Выполнено ранжирование рассматриваемого субъекта хозяйствования в разрезе международных рынков по ряду параметров в сравнении с ведущими отечественными и иностранными производителями электротехнической продукции. Сделаны предложения по направлениям повышения конкурентоспособности российских компаний на мировых рынках.

Ключевые слова: международная конкурентоспособность, мировые рынки, АО «ЧЭАЗ».

В современных условиях категория конкурентоспособности соотносится не только с конкретным товаром, но и с компанией, отраслью, регионом, субъектом мировой экономики, предопределяя их эффективное функционирование. Основными детерминантами, определяющими конкурентоспособность, выступают качество производимых товаров, оказанных услуг, выполненных работ и их стоимость, производными которых можно обозначить репутацию, квалификационные характеристики рабочей силы.

В Чувашской Республике, практически не имеющей природных ресурсов, достаточно развита обрабатывающая сфера экономики, в том числе электротехническая отрасль, давшая импульс для формирования полноценного кластера из ряда предприятий. Рассмотрим на примере одного из них, а именно АО «ЧЭАЗ»,

условия и возможности конкурентного противостояния отечественных и зарубежных производителей электротехнической продукции на мировых рынках.

АО «ЧЭАЗ» является крупным электротехническим холдингом, опыт работы которого насчитывает более 80 лет. Инжиниринговый потенциал обеспечивает значительные объемы производства продукции, поставляемой на внутренний и внешние рынки.

Оценка конкурентоспособности АО «ЧЭАЗ» проводилась в сравнении с характеристиками следующих компаний, производящих товары электротехнической номенклатуры: лидером мирового рынка данной продукции – Siemens, ведущим предприятием в России – ОАО «Элтеза» и ближайшим конкурентом в регионе – ООО «Релематика».

Составим матрицу конкурентоспособности продукции АО «ЧЭАЗ» с последующим построением многоугольника конкурентоспособности.

Для сравнения были выбраны следующие показатели:

– разнообразие ассортимента продукции по следующим продуктовым позициям: электропривод и энергосберегающее оборудование, низковольтная аппаратура управления, системы релейной защиты и автоматики и др.;

– рыночная цена (предпочтение отдавалось организации, которая могла предложить продукцию для разных категорий потребителей за счет дифференцированного диапазона);

– качество продукции (учитывалось наличие сертификатов качества международного образца таких, как ISO, IRIS др.);

– доля предприятия на рынке (оценка происходила в рамках наличия данных об уровне объемов продаж рассматриваемых предприятий, производящих электротехническое оборудование, относительно общей емкости представленного рынка);

– география продаж (внимание уделялось степени распространенности продукции по рынкам, функционирующим не только на территории России, но и за рубежом);

- имидж предприятия на рынке (на первый план выходило наличие имеющихся дипломов, наград, а также активность участия в выставках и ярмарках);
- уровень рекламы (соотносились креативность, доходчивость, доступность восприятия информационного контента для контрагентов).

Для ранжирования была принята 5-балльная шкала (табл. 1).

Таблица 1

Матрица конкурентоспособности АО «ЧЭАЗ» [3–6]

Детерминанты конкурентоспособности	Усредненная экспертная оценка				Ранг фактора	Интегрированный факторный показатель			
	Siemens	ОАО «Элтеза»	ООО «Релематика»	АО «ЧЭАЗ»		Siemens	ОАО «Элтеза»	ООО «Релематика»	АО «ЧЭАЗ»
Ассортимент	5	5	4	4	0,2	1	1	0,8	0,8
Рыночная цена	4	4	3	5	0,15	0,6	0,6	0,45	0,75
Качество продукции	5	4	4	4	0,2	1	0,8	0,8	0,8
Доля предприятия на рынке	5	4	3	2	0,2	1	0,8	0,6	0,4
География продаж	5	4	4	2	0,05	0,25	0,2	0,2	0,1
Имидж предприятия на рынке	4	3	4	5	0,1	0,4	0,3	0,4	0,5
Уровень рекламы	4	3	5	5	0,1	0,4	0,3	0,5	0,5
Суммарная оценка					1	4,65	4	3,75	3,85
Коэффициент конкурентоспособности						1,00	0,86	0,81	0,83

Как следует из таблицы 1, максимальный суммарный итог составляет 4,65 баллов из 5-ти номинированных. Такую оценку получила компания Siemens, что определяет ее как эталон для расчета коэффициента конкурентоспособности.

Вторую позицию занимает многопрофильная компания ОАО «Элтеза» со значением коэффициента 0,86. На третьем месте – группа компаний АО «ЧЭАЗ», показатель которой составил 0,83. Закрывает рейтинг предприятие, входящее в

электротехнический кластер Чувашской Республики, ООО «Релематика» с коэффициентом 0,81.

Согласно матрице конкурентоспособности, АО «ЧЭАЗ» значительно уступает оппонентам по таким срезам, как «Доля предприятия на рынке» и «География продаж». Преимущество выявлено по следующим критериям: «Рыночная цена», «Имидж предприятия на рынке» и «Уровень рекламы».

Несмотря на то, что контрагентами АО «ЧЭАЗ» выступают более 70 организаций, география продаж ограничивается в основном странами СНГ. Однако обладая мощным потенциалом, предприятие научилось справляться с рисками, создало собственный имидж и выработало безупречную репутацию.

Графическая иллюстрация матричного анализа в виде многоугольника конкурентоспособности представлена на рисунке 1.



Рис. 1. Многоугольник конкурентоспособности АО «ЧЭАЗ»

Следующий метод, который также характеризует конкурентоспособность организации, – это метод пяти сил Майкла Портера. Благодаря модели пяти сил М. Портера, построенной для АО «ЧЭАЗ», возможно оценить значимость конкурентных сил (рис. 2).



Рис. 2. Модель пяти сил М. Портера АО «ЧЭАЗ»

Значительный уровень угрозы исходит от товаров-заменителей ввиду того, что номенклатура изделий постоянно пополняется усовершенствованными моделями, так как и рассматриваемая компания, и ее конкуренты большое внимание уделяют НИОКР. Внутриотраслевая конкуренция находится в среднем диапазоне по причине сравнительно одинакового оснащения и развития предприятий отрасли. То же можно констатировать по уровню порога входа, который имеет достаточно высокую стоимостную планку, на рынок электротехнической продукции новых участников. Степень угрозы с позиции рыночной власти покупателей оказалась незначительной, что обусловлено диверсификацией производства электротехнической продукции.

SWOT-анализ АО «ЧЭАЗ» позволит выявить не только сильные и слабые стороны организации, но и внешние угрозы, а также имеющиеся возможности, комплексно представив стратегии поведения компании (табл. 2).

Таблица 2

SWOT-матрица АО «ЧЭАЗ» [3]

	<p>Сильные стороны</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Высокая популярность у покупателей на внутреннем рынке. 2. Большое разнообразие производимой продукции. 3. Качественная выпускаемая продукция. 4. Большую долю рынка занимает релейная защита и автоматика. 	<p>Слабые стороны</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Продукции характерно моральное устаревание. 2. Сложность инженерно-конструкторских разработок. 3. Большие затраты на содержание площадей предприятия. 4. Неразвитый уровень каналов сбыта на внешние рынки.
--	---	--

		5. Большое количество товаров-заменителей
Возможности 1. Развитие приоритетных направлений за счёт стабильного положения на рынке. 2. Растущие темпы нефтегазовой отрасли. 3. Выпуск энергоэффективной продукции	SO-стратегия 1. Продвижение торговой марки. 2. Внимание к качеству реализуемой продукции. 3. Поставки в виде комплексных заказов. 4. Реализация собственных НИОКР	WO-стратегия 1. Закупка более современного машин и оборудования. 2. Проанализировать существующих дилеров продукции
Угрозы 1. Сильные позиции зарубежных конкурентов. 2. Конкуренция с узконаправленными предприятиями	ST-стратегия 1. Выявить оптимальный вариант ассортимента предприятия. 2. Поиск и реализация поставок на внешние рынки. 3. Активная работа в ярмарочной деятельности	WT-стратегия 1. Приобретение лицензии на производство актуальной продукции. 2. Проведение анализа конкурентов в отрасли. 3. Организация чёткой ценовой политики

По результатам SWOT-анализа следует отметить, что для АО «ЧЭАЗ» характерен баланс сильных и слабых сторон, возможностей и угроз. Предприятие функционирует в стабильных условиях, однако ему следует предпринять меры по повышению конкурентоспособности продукции на зарубежных рынках.

В заключение оформим матрицу БКГ. Построение матрицы зависимости доли рынка от темпов роста позволит быстрее и чётче сформулировать стратегию компании и решить задачи освоения новых рынков (рис. 3).

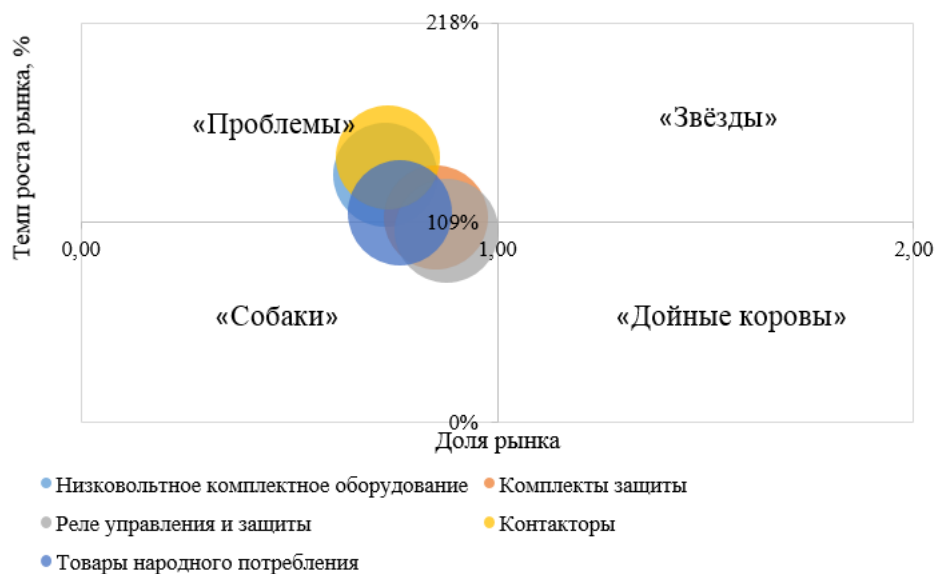


Рис. 3. Матрица БКГ продукции АО «ЧЭАЗ»

Исходя из рисунка 3, приоритетным является выпуск низковольтного комплектного оборудования (далее – НКО) и контакторов, находящихся на пике своего жизненного цикла. Представленные ассортиментные единицы имеют довольно высокие показатели темпов роста. Необходимо направить больший объём инвестиций в те бизнес-единицы, которые непосредственно производят эти наименования. Реле управления и защиты, комплекты защиты и товары народного потребления – ассортиментные единицы, прибыль от которых предприятие получает стабильно. Поэтому денежные средства, которые поступают от реализации данной категории, необходимо направлять на развитие производства НКО и контакторов.

Исходя из проведенного анализа конкурентоспособности продукции АО «ЧЭАЗ», предприятию рекомендуется предпринять следующие действия.

1. Разработать стратегию выхода на новые рынки, в том числе зарубежные, тем самым расширив географию продаж.
2. Осуществлять перманентный мониторинг продуктовых линеек конкурентов, а также появления новых хозяйствующих субъектов на российском и зарубежном рынках.
3. Необходимо увеличить инвестиции в НИОКР, чтобы качество выпускаемой продукции не уступало характеристикам товаров ведущих отечественных и иностранных производителей.

Список литературы

1. Развитие экспортного потенциала российских компаний / Н.А. Ефремов, Т.В. Мужжавлева, В.А. Архипова [и др.]. – Чебоксары: Изд-во Чуваш. ун-та, 2021. – 262 с. EDN INTQJH
2. Pogodina T.V. Strategic management of the competitiveness of industrial companies in an unstable economy / T.V. Pogodina, N.L. Udaltsova, T.V. Muzhzhavleva // Entrepreneurship and Sustainability Issues. – 2020. – Т. 7. №3. – С. 1555–1564. DOI 10.9770/jesi.2020.7.3(9). EDN KHYGJW
3. АО «ЧЭАЗ» официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cheaz.ru/> (дата обращения: 12.10.2023).

4. ООО «Релематика», официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://relematika.ru/> (дата обращения: 12.10.2023).

5. ООО «Элтеза», официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.elteza.ru/> (дата обращения: 12.10.2023).

6. Siemens AG, официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.siemens.com/global/en.html> (дата обращения: 12.10.2023).