

УДК 331.57

## **АНАЛИЗ ФАКТОРОВ КОНКУРЕНТОСПОСБНОСТИ «КЕМЕРОВОХИММАШ» - ФИЛИАЛА АО «АЛТАЙВАГОН»**

Климова Е.Д., студент гр. ОУб-191, II курс  
Бугрова С.М., к.э.н., доцент  
Кузбасский государственный технический университет  
имени Т.Ф. Горбачева,  
г. Кемерово

Главная задача любого предприятия в условиях рыночной экономики – повышение его конкурентоспособности, важнейшими факторами которой является конъюнктура рынка, уровень конкуренции со стороны других его участников в аналогичном сегменте, техническая оснащенность предприятия, финансовая устойчивость и другие факторы.

Предприятие «КемеровоХиммаш» является одним из ведущих производителей емкостного, теплообменного, кристаллизационного оборудования, а также оборудования для очистки газа и жидкости. Кроме того, «КемеровоХиммаш» оказывает услуги по капитальному ремонту вагонов-самосвалов, грузовых платформ БелАЗ, ковшей карьерных экскаваторов.

Начавшее производство оборудования для химиков в 1968 году, с 2008 года предприятие работало как филиал «Алтайвагон» и на химическое машиностроение приходилось не более 10% заказов. В 2014 году предприятие, наряду с вагоностроением, возобновило прежнюю специализацию и сегодня является единственным заводом химического машиностроения на территории Сибири [1]. На заводе используется единственный тип производства – учетной единицей является заказ и учет затрат осуществляется позаказно.

Для обеспечения своей конкурентоспособности предприятие должно периодически проводить исследование внешней среды, анализ существующих позиций на отраслевом рынке и разрабатывать стратегию будущего развития [2].

Разработка стратегии повышения конкурентоспособности – это комплексная оценка деятельности предприятия, мониторинг всех имеющихся или потенциальных возможностей повышения эффективности его работы. Особое внимание в своей деятельности предприятие должно уделять ключевым факторам, поскольку именно они определяют конкурентные возможности предприятия на рынке.

Наиболее распространенными методами оценки конкурентоспособности сегодня являются: матричные методы; методы, основанные на оценивании конкурентоспособности товара или услуги предприятия; методы, основанные на теории эффективной конкуренции; комплексные и другие [3].

Метод SWOT-анализа позволяет оценить конкурентные преимущества предприятия, его сильные и слабые стороны на основе анализа факторов внешней и внутренней среды. Это помогает в дальнейшем произвести успешный выбор стратегии предприятия, выявить резервы повышения его конкурентоспособности.

Анализ факторов внешней и внутренней среды «КемеровоХиммаш» (Таблица 1) показал, что у предприятия имеются почти в равной степени, как возможности, так и угрозы ведения успешной деятельности.

Таблица 1 – SWOT – анализ деятельности «КемеровоХиммаш»

	Слабые стороны	Сильные стороны
	Недостатки	Преимущества
Внутренняя среда	1. Недостаточная рекламная деятельность. 2. Наличие конкурентов, производящих однотипную продукцию внутри страны. 3. Высокие затраты на транспортировку. 4. Значительная доля устаревшего оборудования 5. Практически вся продукция находится в стадии зрелости жизненного цикла товара с элементами спада, что повышает риск снижения спроса, и требует активизации усилий по модернизации насосного оборудования.	1. Широта ассортимента, технологически сложная продукция, требующая длительного времени освоения конкурентами. 2. Удобное месторасположение. 3. Установившиеся доверительные партнерские отношения внутри страны. 4. Многолетний опыт работы. 5. Лидирующее положение на рынке по производству фильтров для очистки оборотной и других производственных вод. 6. Наличие сертифицированной системы менеджмента качества
Внешняя среда	Угрозы (риски)	Возможности
	1. Недостаточное применение новейших технологий в области продвижения услуг. 2. Рост давления со стороны конкурентов. 3. Инфляционные процессы	1. Использование новых рекламных технологий для расширения рынка сбыта. 2. Обновление оборудования, использование новейших технологий при производстве продукции. 3. Рост численности клиентов, т.к. предприятие обеспечивает заказчикам комплексные EPC (Engineering, procurement and, construction) услуги поставщика и подрядчика (выполнение проектов под ключ)

Результаты анализа внешней и внутренней среды предприятия нельзя рассматривать как готовую стратегию повышения конкурентоспособности.

Они помогают только сформировать последовательность действий по формированию стратегии для повышения эффективности управления и достижения поставленных целей [4].

Появление новых конкурентов на рынке приводит к уменьшению долей рынка принадлежавших ранее предприятиям, работающим в данной отрасли. Существует низкая вероятность появления новых конкурентов в отрасли, из-за высоких входных барьеров. Сегодня главным конкурентом АО «КемеровоХиммаш» является АО «УралКриоМаш» - российское предприятие, выпускающее криогенное оборудование: цистерны, резервуары, трубопроводы, газификаторы. Данное предприятие принимало участие во всех отечественных и в ряде международных космических программ.

Основная задача «КемеровоХиммаш» заключается в том, чтобы найти такие факторы, которые обеспечивали бы защиту от действия конкурентных сил или появилась бы возможность использовать их в своих целях.

Проведенный анализ факторов конкурентоспособности «КемеровоХиммаш» позволяет, на наш взгляд, определить основные направления и организационные меры по повышению конкурентоспособности предприятия. К ним можно отнести:

- увеличение относительной доли предприятия на отраслевом рынке за счёт создания отличительных свойств товара (уникальность);
- продвижение на рынок новых товаров-конкурентов (возможно товары-заменители);
- освоение инновационных технологий ( в том числе зарубежных);
- выявление направлений использования ценовых факторов повышения конкурентоспособности продукции;
- совершенствование коммуникационной политики компании.

### Список литературы:

1. КемеровоХиммаш [электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kzhm.ru/> (дата обращения: 04.03.2021)
2. Стригунова П.Е. Конкурентоспособность промышленного предприятия на примере КАО "АЗОТ" // Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции школьников, студентов, магистрантов, аспирантов, научно-педагогических работников и специалистов в области антимонопольного регулирования. – Кемерово, 2018. С. 198-202.
3. Лазаренко А. А. Методы оценки конкурентоспособности // Молодой ученый. – 2014. – № 1. – С. 374-377.
4. Пивоварова Е.К., Бугрова С.М. Проблемы машиностроительного комплекса в условиях конкурентного рынка // Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции школьников, студентов, магистрантов, аспирантов, научно-педагогических работников и специалистов в области антимонопольного регулирования. – Кемерово, 2018. С. 164-168.