

УДК 005.69

***АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ  
НА РЫНКЕ ТРУБОПРОВОДНОЙ АРМАТУРЫ***

***Макарова Л.В.***

*к.т.н., доцент,*

*ФГБОУ ВО «Пензенский государственный университет архитектуры и строительства»,*

*Пенза, Россия*

***Переселкова А.Н.***

*студент,*

*ФГБОУ ВО «Пензенский государственный университет архитектуры и строительства»,*

*Пенза, Россия*

***Феоктистова А.Е.***

*студент,*

*ФГБОУ ВО «Пензенский государственный университет архитектуры и строительства»,*

*Пенза, Россия*

**Аннотация:** В современном мире рентабельность любого предприятия, его стабильное положение на рынке товаров и услуг обуславливается уровнем его конкурентоспособности. Повышение конкурентоспособности предприятия является долгосрочным планомерным процессом поиска и реализации решений во всех сферах его деятельности, который осуществляется в соответствии с выбранной стратегией развития предприятия. В данной статье проведён анализ конкурентного потенциала АО «Пензтяжпромарматура», с использованием комплекса современных инструментов качества, предложены соответствующие рекомендации по повышению конкурентоспособности предприятия на рынке трубопроводной арматуры.

**Ключевые слова:** конкурентный потенциал, трубопроводная арматура, SWOT - анализ, PEST - анализ.

***ANALYSIS OF THE COMPETITIVE POTENTIAL OF THE ENTERPRISE  
IN THE MARKET OF PIPE FITTINGS***

***Makarova L.V.***

*Candidate of Technical Sciences, Associate Professor,  
Penza State University of Architecture and Construction,  
Penza, Russia*

***Pereselkova A.N.***

*Student,  
Penza State University of Architecture and Construction,  
Penza, Russia*

***Feoktistova A.E.***

*Student,  
Penza State University of Architecture and Construction,  
Penza, Russia*

**Abstract:** In the modern world, the profitability of any enterprise, its stable position in the market of goods and services is determined by the level of its competitiveness. Increasing the competitiveness of an enterprise is a long-term systematic process of finding and implementing solutions in all areas of its activity, which is carried out in accordance with the chosen strategy of the enterprise development. This article analyzes the competitive potential of JSC «Penztyazhpromarmatura», using a set of modern quality tools, and proposes appropriate recommendations to increase the competitiveness of the enterprise in the pipeline valve market.

**Keywords:** competitive potential, pipeline fittings, SWOT - analysis, PEST - analysis.

Рынок трубопроводной арматуры является важным элементом энергетики. Область применения различных видов арматуры очень велика, поэтому рынок находится в постоянном развитии.

Рынок по производству трубопроводной арматуры достаточно объемный, и характеризуется наличием не только отечественных, но и зарубежных конкурентов с аналогичной продукцией зачастую более высокого качества. Поэтому для удержания своих позиций на данном рынке предприятию необходимо постоянно стремиться повышать свою конкурентоспособность [1-3].

Формирование конкурентной стратегии предприятия играет важную роль в дальнейшем развитии и функционировании предприятия. Эффективная конкурентная стратегия позволит предприятию занять устойчивое положение на рынке, реализовав при этом конкурентные преимущества [4-7]. На рисунке 1 представлена методика оценки конкурентоспособности предприятия, учитывающая ряд факторов, влияющих на конкурентоспособность предприятия, и позволяющая определять факторы стратегического успеха предприятия.

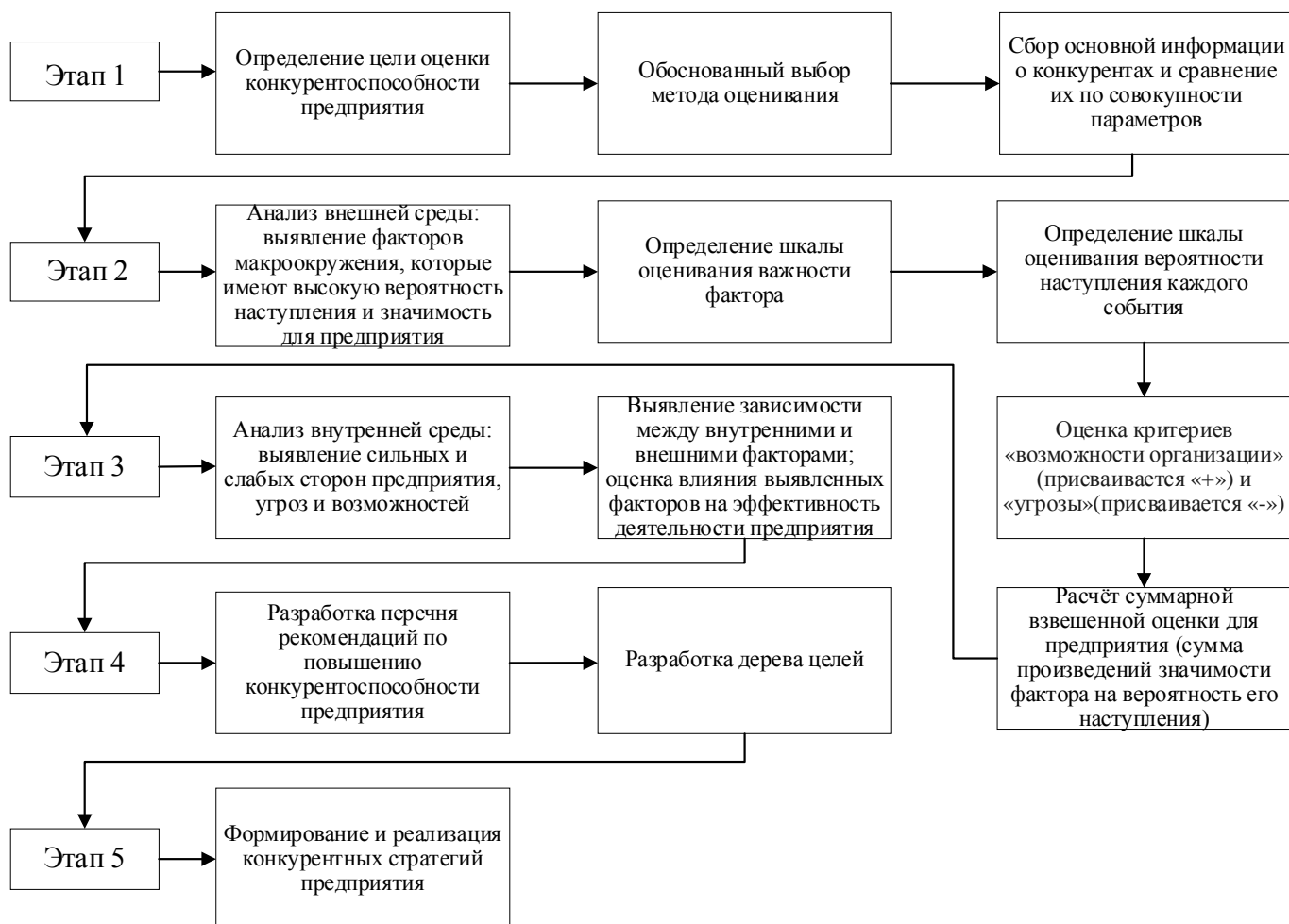


Рис.1 - Методика оценки конкурентоспособности предприятия  
(авторская иллюстрация)

Целью оценки конкурентоспособности предприятия является определение его положения на отраслевом, региональном или международном рынках. Повышению конкурентного потенциала способствует разработка стратегии, максимально эффективной для конкретного предприятия, с учетом внешней среды и внутренних особенностей этого предприятия [4].

Для анализа конкурентного потенциала предприятия используются аналитические и графические методы оценки, каждый из которых имеет свои достоинства и недостатки [6]. Практика использования различных методов анализа и последующая оценка конкурентоспособности позволяет выделить наиболее эффективные методы.

Точно оценить конкурентную позицию предприятия на рынке позволяют PEST - анализ [5] и SWOT - анализ [2]. Эффективность данных методов заключается в формировании стратегии развития предприятия на основе анализа конкурентной среды. Достоинством данных методов анализа является их простота и наглядность.

Проведём анализ конкурентоспособности предприятия на примере АО «Пензтяжпромарматура». Данное предприятие является одним из крупнейших предприятий, функционирующих в сфере производства трубопроводной арматуры.

Основные конкуренты АО «Пензтяжпромарматура» и их сравнение по различным критериям [3] приведены в таблицах 1 и 2.

Таблица 1 - Основные конкуренты АО «Пензтяжпромарматура»

АО НПО «Тяж-промарматура»	АО «АК «Корвет»	ОАО «Волгограднефтемаш»	АО «Пензтяжпромарматура»
Объем производства, тыс.шт			
5394,3	3923,1	9807,8	3923,1
Доля российского рынка, %			
11	8	20	8
Крупнейшие заказчики			
Узбекнефтегаз (Узбекистан), Транснефть, Татнефть, Росатом, Сургутнефтегаз, Сибур, Роснефть, Лукойл, Новатек, КазМунайГаз (Казахстан), Газпром, Башнефть	Газпром, Лукойл, Роснефть, Сургутнефтегаз, Нафтогаз, Руснефть.	Газпром, Лукойл, Роснефть, Татнефть, Славнефть, Сургутнефтегаз, Белнефтехим (Беларусь), Узбекнефтегаз (Узбекистан), Укртатнафта (Украина), КазМунайГаз (Казахстан).	Газпром, Лукойл, Калининградская генерация, АЭС Бушер, Белэнерго (Беларусь), Роснефть, Сибур, Новатек, Росатом, Татнефть, Северсталь, КазМунайГаз (Казахстан), Салым Петролеум, Транснефть

Таблица 2 – Сравнительный анализ конкурентов АО «Пензтяжпромарматура»

Наименование и краткая характеристика предприятия - конкурента	Производимое оборудование	Конкурентные преимущества	В чем заключается конкуренция
1	2	3	4
АО НПО «Тяжпромарматура,» г. Алексин Система менеджмента в области качества сертифицирована на соответствие стандартам ISO 9001:2015; СТО ГАЗПРОМ 9001-2018; API Q1, применительно к проектированию и производству трубопроводной арматуры.	Одно из крупнейших производителей по производству трубопроводной арматуры для газовой, нефтяной, химической и энергетической отраслей промышленности.	Территориальная близость к металлодобывающим объектам; технологические возможности, позволяющие выпускать более широкий спектр арматуры.	АО НПО «Тяжпромарматура» является конкурентом по шаровым кранам, приводным устройствам, клиновым задвижкам.
АО «АК «Корвет», г. Курган Гарантия качества продукции обеспечивается работой предприятия в соответствии с требованиями ISO 9001:2015; СТО ГАЗПРОМ 9001-2018; API Q1; Система ГОСТ	Предприятие проектирует и производит высокотехнологическое оборудование для, нефтегазовой промышленности.	Производство арматуры для шельфовых объектов; гибкая ценовая политика; высокая степень модернизации производства	АО «АК «Корвет» является конкурентом по запорным клапанам, шаровым кранам, клиновым задвижкам.
ОАО «Волгограднефтемаш», г. Волгоград Один из основных поставщиков крупногабаритного оборудования для газонефтеперерабатывающих производств и химических предприятий, магистральных газопроводов. Предприятие работает в системе обеспечения качества в соответствии с требованиями системы качества требованиям ГОСТ Р ИСО 9001.	Основные виды выпускаемой продукции – реакторы, сепараторы, емкости, нефтяные насосы, трубопроводная арматура для газовой, нефтяной и нефтехимической отраслей промышленности.	Высокая степень модернизации; возможность выпуска крупногабаритного и тяжеловесного оборудования; географическое расположение предприятия с выходом к портам Черного, Белого и Балтийского морей; разветвленная сеть железной дороги с подъездом к станции «Ельшанка»	ОАО «Волгограднефтемаш» является конкурентом по шаровым кранам, обратным затворам, обратным клапанам, приводным устройствам.

Наиболее важные факторы макроокружения АО «Пензтяжпромарматура» представлены в таблице 3.

Таблица 3 - Основные факторы макроокружения АО «Пензтяжпромарматура»

<p>Политические факторы</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Слабая поддержка со стороны государства;</li> <li>2. Изменения в законодательстве;</li> <li>3. Экологическое государственное регулирование предприятия.</li> </ol>	<p>Экономические факторы</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Увеличение экспорта;</li> <li>2. Расширение дочерних фирм предприятия;</li> <li>3. Открытие предприятием торговых домов;</li> <li>4. Финансовый кризис;</li> <li>5. Высокая налоговая нагрузка на предприятие;</li> <li>6. Увеличение уровня инфляции;</li> <li>7. Увеличение импорта арматуры.</li> </ol>
<p>Социальные факторы</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Уровень социальной стабильности;</li> <li>2. Развитие культуры производства у работников;</li> <li>3. Уровень организации здравоохранения;</li> <li>4. Убывание квалифицированных специалистов в более крупные города страны.</li> </ol>	<p>Технологические факторы</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Недостаточный уровень инноваций и технологического развития отрасли;</li> <li>2. Несовершенство технологических процессов производства;</li> <li>3. Возможность внедрения и использования новых технологий;</li> <li>4. Развитие конкурентных технологий производства.</li> </ol>

Шкала оценивания важности фактора для предприятия выглядит следующим образом:

1 – важность фактора для предприятия крайне мала, любое изменение фактора практически не влияет на деятельность компании;

2 – важность фактора для предприятия имеет среднее значение;

3 – важность фактора для предприятия высока, любые колебания вызывают значительные изменения в деятельности компании.

Результаты PEST-анализа АО «Пензтяжпромарматура» приведен в таблице 4.

Таблица 4 - PEST-анализ АО «Пензтяжпромарматура»

Фактор внешней среды	Важность фактора для предприятия	Вероятность наступления фактора	Возможность (+), угроза (-)	Результат +/-
Политические факторы				
Поддержка со стороны государства	2	0,7	+	+1,4/0
Изменения в законодательстве	2	0,2	+/-	+0,4/-0,4

## ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ДНЕВНИК НАУКИ»

Экологическое государственное регулирование предприятия	2	0,1	+	+0,2/0
Экономические факторы				
Увеличение экспорта	3	0,1	+	+0,3/0
Расширение дочерних фирм	3	0,15		+0,45/0
Открытие торговых домов	3	0,1	+	+0,6/0
Финансовый кризис	3	0,15	-	0/-0,45
Высокая налоговая нагрузка на предприятие	2	0,1	-	0/-0,2
Увеличение уровня инфляции	2	0,2	-	0/-0,4
Увеличение импорта арматуры	3	0,2	-	0/-0,6
Социальные факторы				
Уровень социальной стабильности	2	0,35	+	+0,7/0
Развитие культуры производства у работников	3	0,2	+	+0,6/0
Уровень организации здравоохранения	3	0,3	+	+0,9/0
Убывание квалифицированных специалистов в более крупные города страны	3	0,15	-	0/-0,45
Технологические факторы				
Недостаточный уровень инноваций и технологического развития отрасли	3	0,35	-	0/-1,05
Несовершенство технологических процессов производства	2	0,15	-	0/-0,3
Возможность внедрения и использования новых технологий	3	0,2	+	+0,6/0
Развитие конкурентных технологий производства	3	0,3	+	+0,9/0
Итого, в баллах				7,05/ -3,85

Для стратегического планирования, с целью повышения конкурентоспособности предприятия, использовали SWOT – анализ [2].

Матрица SWOT – анализа АО «Пензтяжпромарматура» приведена в таблице 5.



Таблица 5 - Матрица SWOT - анализа АО «Пензтяжпромарматура»

Сильные стороны (S)	Слабые стороны (W)
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Хорошая репутация у клиентов;</li> <li>2. Наличие лицензий и сертификатов;</li> <li>3. Действующая СМК на предприятии;</li> <li>4. Высококвалифицированный персонал;</li> <li>5. Быстрая ориентация на изменяющиеся потребности заказчиков;</li> <li>6. Индивидуальный подход к каждому заказу;</li> <li>7. Стабильная заработная плата с персональными надбавками;</li> <li>8. Большой ассортимент выпускаемой продукции;</li> <li>9. Высокое качество продукции;</li> <li>10. Развитая сеть предприятий;</li> <li>11. Налаженная социальная среда для сотрудников.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Слабая рекламная деятельность, и, как следствие, слабое привлечение новых клиентов;</li> <li>2. Неполная реализация производственных мощностей;</li> <li>3. Существенный износ технологического оборудования;</li> <li>4. Невысокая степень модернизации производства.</li> </ol>
Возможности (O)	Угрозы (T)
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Государственная поддержка предприятия;</li> <li>2. Экологическое государственное регулирование предприятия;</li> <li>3. Уход конкурентов с рынка;</li> <li>4. Постоянная клиентская база;</li> <li>5. Расширение дочерних фирм;</li> <li>6. Открытие предприятием торговых домов;</li> <li>7. Внедрение и использование новых технологий;</li> <li>8. Развитие конкурентных технологий производства;</li> <li>9. Развитие отечественного производства;</li> <li>10. Увеличение экспорта арматуры;</li> <li>11. Расширение рынка сбыта;</li> <li>12. Поиск новых поставщиков с более выгодными условиями поставок</li> </ol> <p>Развитие культуры производства у работников.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Потеря экспорта;</li> <li>2. Рост инфляции;</li> <li>3. Увеличение импорта арматуры;</li> <li>3. Выход из строя производственного оборудования;</li> <li>4. Появление новых конкурентов на рынке;</li> <li>5. Снижение потребительского спроса.</li> </ol>

*«Сила и возможности»*

Рост рынка трубопроводной арматуры позволит предприятию увеличить объёмы уже выпускаемых видов продукции.

В целях закрепления кадров целесообразно совершенствовать мотивацию труда.

Уникальные технологические возможности способствуют освоению новых видов продукции и выходу предприятия на новые рынки сбыта.

Индивидуальный подход к каждому заказу, быстрая ориентация на изменяющиеся потребности заказчиков укрепляют клиентскую базу предприятия.

*«Сила и угрозы»*

Эффективно действующая СМК на предприятии, технологические возможности, в совокупности с наличием лицензий и сертификатов, позволяют выпускать продукцию, отличающуюся высоким качеством, это минимизирует угрозу увеличения импорта арматуры и появления новых конкурентов на рынке.

Реализация продукции в развивающихся странах нейтрализует ряд угроз.

*«Слабость и возможности»*

Активизация рекламной деятельности позволит предприятию расширить рынок сбыта, а также увеличить экспорт арматуры и привлечь новых партнёров. Освоение новых рынков, новых видов продукции позволит обеспечить полную загрузку производства. Постоянная клиентская база позволит поддерживать взаимовыгодные условия поставок.

Невысокая степень модернизации производства, существенный износ оборудования замедляют темпы развития отечественного арматуростроения, внедрение и использование новых технологий сделают возможным соперничество российских предприятий с мировыми.

*«Слабость и угрозы»*

Малоразвитая рекламная политика предприятия может привести к потере спроса при изменении ситуации на рынке арматуры. Недостаточный уровень инноваций на предприятии, а также несовершенство технологических процессов производства дают стимул конкурентам постараться занять более выгодную позицию на рынке. Рост конкуренции может привести к резкому снижению прибыльности. Кроме того, уровень инфляции сильно влияет на развитие отрасли и реализацию продукции.

В соответствии с проведённым анализом, были установлены цели по повышению конкурентоспособности АО «Пензтяжпромарматура».

Постановка целей является важным этапом формирования конкурентной стратегии организации [4]. На практике широко применяется метод - дерева целей, в котором выделены главная цель («вершина дерева») и второстепенные подцели («ветви дерева»). Цели дерева взаимосвязаны между собой и расположены по иерархии уровней.

Для достижения главной цели были определены следующие основные направления (рис.2):

- повышение производительности и снижение потерь;
- повышение квалификации кадров;
- организация маркетинговой деятельности;
- обеспечение устойчивого положения на рынке.



Рис. 2 - Дерево целей  
(авторская иллюстрация)

Таким образом, использование комплексного анализа конкурентного потенциала позволит руководству предприятия гибко реагировать на текущие и прогнозируемые проблемы.

#### Библиографический список:

1. Бабанов А.Б., Шаваев Р.Х. Современное понимание и значение конкурентоспособности предприятия / А.Б. Бабанов, Р.Х. Шаваев // Молодой учёный. – 2022. № 1 [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: <https://moluch.ru/archive/396/87630> (дата обращения: 20.11.2022).
2. Богомолова В.Г. SWOT – анализ: Теория и практика применения / В.Г. Богомолова // Экономический анализ: теория и практика. – 2004. № 17 [Электронный ресурс].

- ресурс]. – Режим доступа – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/swot-analiz-teoriya-i-praktika-primeneniya/viewer> (дата обращения: 22.11.2022).
3. Гринчель Б.М., Назарова Е.А. Методы оценки конкурентной привлекательности регионов : монография / Б.М. Гринчель, Е.А. Назарова. – СПб. : ГУАП, 2014. — 244 с.
4. Егорова А.О., Зокирова Н.К. Анализ состояния конкуренции промышленных предприятий / А.О. Егорова, Н.К. Зокирова // Вестник Мининского университета. – 2014. № 4 [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-sostoyaniya-konkurentsii-promyshlennyh-predpriyatiy/viewer> (дата обращения: 22.11.2022).
5. Салимзаде Ф.Т. Разработка конкурентной стратегии развития предприятий / Ф.Т. Салимзаде // Молодой учёный. – 2019. № 5 [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: <https://moluch.ru/archive/243/56263> (дата обращения: 01.12.2022).
6. Спиридонова Е.В. PEST – анализ, как главный инструмент анализа факторов дальнего окружения / Е.В. Спиридонова // Современные научные исследования и инновации. – 2017. № 3 [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: <https://web.snauka.ru/issues/2017/03/79940> (дата обращения: 21.11.2022).
7. Сучкова Е.А., Харламова И. Ю. Методы оценки конкурентоспособности организации / Е.А. Сучкова, И.Ю. Харламова // Молодой учёный. – 2020. № 4 [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: <https://moluch.ru/archive/294/66846> (дата обращения: 19.11.2022).
8. Тарануха Ю.В. Конкуренция и конкурентоспособность : монография / Ю.В. Тарануха. – М. : Издательство «Русайнс», 2015. — 336 с.

*Оригинальность 94%*