электротехническое производство: зарождение социально ответственного бизнеса

перспективы становления социально ответственного бизнеса на рынке электротехнической продукции

Аннотация

В статье рассматриваются проблемы и перспективы становления социально ответственного бизнеса в области производства электротехнической продукции. Конкурентоспособность предприятий ставится в прямую зависимость от качества жизни их работников, населения в районах производства и соответствия качества продукции ожиданиям потребителей. Автор высказывает мнение, что на сегодняшний день развитие российской электротехнической отрасли находится в прямой зависимости от ее модернизации, которая, в свою очередь, невозможна без поддержки государства.

Ключевые слова: качество жизни, социально ответственный бизнес, электротехнический рынок, российские светотехнические предприятия, ожидания населения

В рамках исследования влияния социальной ответственности бизнеса на качество жизни населения был проведен анализ рынка электротехнической продукции. Выбор обусловлен тем, что население, занятое на промышленном производстве не может быть по настоящему счастливым, поскольку ежедневно подвергается воздействию агрессивной среды предприятия, отравляющего окружающую среду. Кроме того, промышленные предприятия и электротехнический рынок, в частности, имеют определенную специфику в применении маркетинговых методов управления. Специфика состоит в необходимости комплексного подхода к выбору объекта продвижения. Поэтому социальная ответственность предприятия является основным рычагом продвижения промышленных предприятий на рынке, завое-

Иванова Жанна Валерьевна
аспирантка кафедры маркетинга, Сибирский университет потребительской кооперации, г. Новосибирск
GABI–13@ yandex.ru

ванием конкурентных преимуществ и, как следствие, влияет на качество жизни.

Местное сообщество, членом которого, является производственное предприятие, состоит из ряда взаимосвязанных групп, каждая из которых имеет собственные жизненные приоритеты. Большинство российских предприятий, по данным исследований агентства Publicity PR, не представляют, какая информация необходима этим группам для оценки усилий компании по созданию имиджа. Выстраивание стратегии социальной ответственности лишь на основе информации о выпускаемой продукции, в случае с промышленными предприятиями, не будет иметь необходимого эффекта для продвижения компании в глазах групп, которые не имеют дела с тем, что компания производит.

Каждой из перечисленных групп, так или иначе, приходится взаимодействовать с расположенным в пределах сообщества промышленным предприятием. Степень вовлечения в его деятельность каждой из групп различна. Следовательно, при разработке стратегии социальной ответственности руководству необходимо продемонстрировать вклад компании в жизнь каждой группы населения. Это можно сделать только при предварительном изучении качества жизни каждой группы для того, чтобы ожидания населения совпадали с действиями компании. Только в этом случае компания в газах сообщества получит статус социально ответственной.

проектирование

Электротехническая продукция: экспорт и импорт

При анализе рынка электротехнической продукции была выявлена зависимость развития данной отрасли от роста масштабов строительного комплекса последних лет. Так российский рынок кабельно-проводниковой продукции рос с 2000 года на 10–15% в год. По большей части динамика обеспечивалась за счет внутреннего производства. Доля импорта в данный период не превышала 1–3%.[1]. Начиная с 2006 года стала активизироваться внешняя торговля: доля импорта в потреблении возросла с 7,9% до 28,3% в 2009 году и до 47,8% в 2010 году. Это практически половина электротехнического рынка, который относится к числу стратегических, поскольку связан с безопасностью функционирования крупных промышленных объектов

...при разработке стратегии социальной ответственности руководству необходимо продемонстрировать вклад компании в жизнь каждой группы населения

и электростанций, что непосредственно влияет и на качество их жизни.

Наиболее крупным сегментом рынка являются комплектные устройства (более 50% рынка), при этом наибольшая динамика наблюдается в сегменте защитных низковольтных аппаратов. Позитивная динамика отрасли стала причиной усиления конкуренции, что сопровождалось активным выходом на рынок новых российских и иностранных производителей. Наблюдаются структурные сдвиги в сторону расширения места иностранных производителей. По отношению к 2006 году, в 2009 – доля импорта в потреблении возросла практически в 5 раз (с 7 до 32%). Единственный фактор, способствующий сохранению позиций отечественного оборудования, состоит в конкурентном ценовом предложении – оно в 2–5 раз ниже зарубежных аналогов. Во многом благодаря этому российские производители занимают все более прочные позиции на внешних рынках сбыта. Доля экспорта в производстве за последние четыре года возросла с 3,7% до 29,4% . Европейские компании активно осваивают производство электротехнической продукции в России, снижая одновременно импорт. Поэтому их доля в импорте сокращается.

По итогам прошедшего года, основным поставщиком электротехнической продукции в Россию является Германия, на долю которой приходится 11,4% всей стоимости продукции, поступившей в страну в 2010 году. Чуть меньше – 11,1% рынка – составляют поступления из Украины. Тройку стран-лидеров замыкает Китай (9,1%), все эти годы уверенно наращивавший объемы торговли с Россией [4].

при анализе рынка электротехнической продукции была выявлена зависимость развития данной отрасли от роста масштабов строительного комплекса последних лет

Российский рынок светотехники

Российские производители сегодня уступают иностранным с точки зрения занимаемого ими места на рынке. Важную роль здесь играет устаревание используемого производственного оборудования. При этом большинство российских компаний не имеют сегодня возможности осуществлять серьезные инвестиции в его модернизацию. По мнению автора, данный факт отрицательно влияет на качество жизни населения района присутствия и работников промышленных предприятий. Поскольку качество производимой продукции и качество трудовой жизни играют первостепенное значение в формировании социальной

...социально ответственный маркетинг должен, в первую очередь, выявлять степень удовлетворенности потребителя качеством продукции, а не формировать заниженные требовании к ней

ответственности бизнеса, социально ответственный маркетинг должен, в первую очередь, выявлять степень удовлетворенности потребителя качеством продукции, а не формировать заниженные требовании к ней. Существование данной проблемы снижения качества жизни подтверждают и данные исследований Агентства «РБК» По его оценкам Новосибирская область по рейтингу экологической безопасности занимает 72 место среди 83 субъектов федерации [3]. Низкие оценки рейтинга обусловлены отсутствием внятной экологической политики руководства: огромными накоплениями промышленных загрязнений, большими проблемами с утилизацией бытового мусора и отходов, колоссальной изношенностью промышленного оборудования и, в частности, очистных сооружений. В этой сфере руководителям предприятий необходимо проявлять свою социальную ответственность, но без поддержки государства сделать это в полном объеме невозможно.

На сегодняшний день в России эксплуатируется около 1,9 млрд источников света. При этом приоритет по использованию осветительных систем принадлежит промышленному сектору (42%) и жилым помещениям (31,5%). Российский рынок светотехники показывает положительную динамику прироста: до 13% в год и характеризуется присутствием большого числа производителей, а также развитой дистрибьюторской сетью [1]. Несмотря на кризисное положение российских производителей, в целом российский рынок светотехники развивается весьма позитивно.

Консолидация предприятий отрасли

С точки зрения регионального распределения продаж, наибольший удельный вес в общем объеме реализации российских светотехнических предприятий занимают компании Центрального федерального округа (примерно 57,4%), Приволжского округа (32,8%) и Сибирского округа (4,3%).[2] Что соответствую темпам ввода в эксплуатацию жилой и коммерческой недвижимости.

В области применения электротехнической продукции характерным для каждого потребителя являются капитальное строительство и ремонтно-эксплуатационные нужды – 48%, комплектация машиностроительной продукции – 38%, личное потребление населения – 10% и прочие области – 4%.

агроэкономика

По оценкам экспертов, в 2010 году объем электротехнического рынка Новосибирска вырос на 15%, по сравнению с предыдущим годом, и составил около 36 млрд руб. [5].

Постоянным фактором ослабления отечественных производителей является то, что они не могут обеспечить необходимую номенклатуру продукции – в основном потому, что не хватает средств на собственные разработки или приобретение лицензий на производство западных образцов.

По мнению автора, выходом из ситуации отсутствия средств на модернизацию и мероприятия по улучшению качества жизни населения города для Новосибирска как столицы Сибирского федерального округа, занимающего третье место по производству электротехнической продукции, может стать консолидация предприятий. Положительный опыт в этом направлении есть, но данные примеры в этой отрасли и на рынке Новосибирска нельзя считать традицией, поскольку, по данным экспертов, несмотря на 9 место по эффективности отрасли, в рейтинге консолидации среди отраслей, электротехническая занимает по данным за 2010 год только 20 место [3].

Обозначенному процессу должно способствовать создание ассоциаций промышленников. В Новосибирске в качестве такой организации выступает Межрегиональное объединение сибирских электротехнических предприятий (МОСЭП). Которое было сформировано на базе Ассоциации «Сибирское соглашение» В рамках данного объединения выработан кодекс поведения участников, основанный на социально ответственном ведении бизнеса.

Заключение

В настоящее время производство электротехнической продукции является наиболее привлекательным сегментом российского электротехнического рынка. Это обусловлено реформами в сфере энергетики и потребностью в перевооружении предприятий энергоотрасли из-за выработавшего срок оборудования.

Если интерес к российскому производству электротехнической продукции окажется достаточно устойчивым, то российские производители получат средства, необходимые для разработки и внедрения инновационных технологий для обновления собственного ассортимента и модернизации производственных

основным проявлением социальной ответственности промышленных предприятий должна быть забота об окружающей среде, качестве жизни сотрудников и населения района присутствия

мощностей, с целью снижения вредного воздействия на окружающую среду и выпуска более качественной продукции. Основным проявлением социальной ответственности промышленных предприятий должна быть забота об окружающей среде, качестве жизни сотрудников и населения района присутствия. Но в действующих условиях это невыполнимо. Участие государства в процессе модернизации будет способствовать улучшению позиций российских производителей и послужит стимулом для ведения социально ответственного бизнеса.

Литература

1. Пармухина Е. Российский рынок электротехнической продукции // Рынок Электротехники. – 2010. – № 3.
2. Росстат: официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http:// www.gks.ru.
3. РосБизнесКонсалтинг: официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http:// www.rbc.ru.
4. РосКабель [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http:// www.ruscable.ru.
5. Статистика.ru: официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http:// www.statistika.ru.

pn

Zhanna V. Ivanova
Postgraduate Student, Chair of Marketing,
Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk

Prospects of Developing Socially Responsible Business in the Market of Electrical Products

Abstract

The article considers the problems and prospects of developing socially responsible business in the sphere of electrical products manufacturing. Competitiveness of enterprises is put in a direct dependence on the quality of life of their employees and people living in the production areas, as well as consistency of product quality with the consumer expectations. The author suggests that to date the development of Russian electrical engineering industry is in a direct proportion to its modernization, which, in turn, is impossible without state support.

Keywords: quality of life, socially responsible business, electrical engineering market, Russian lighting companies, expectations of the population