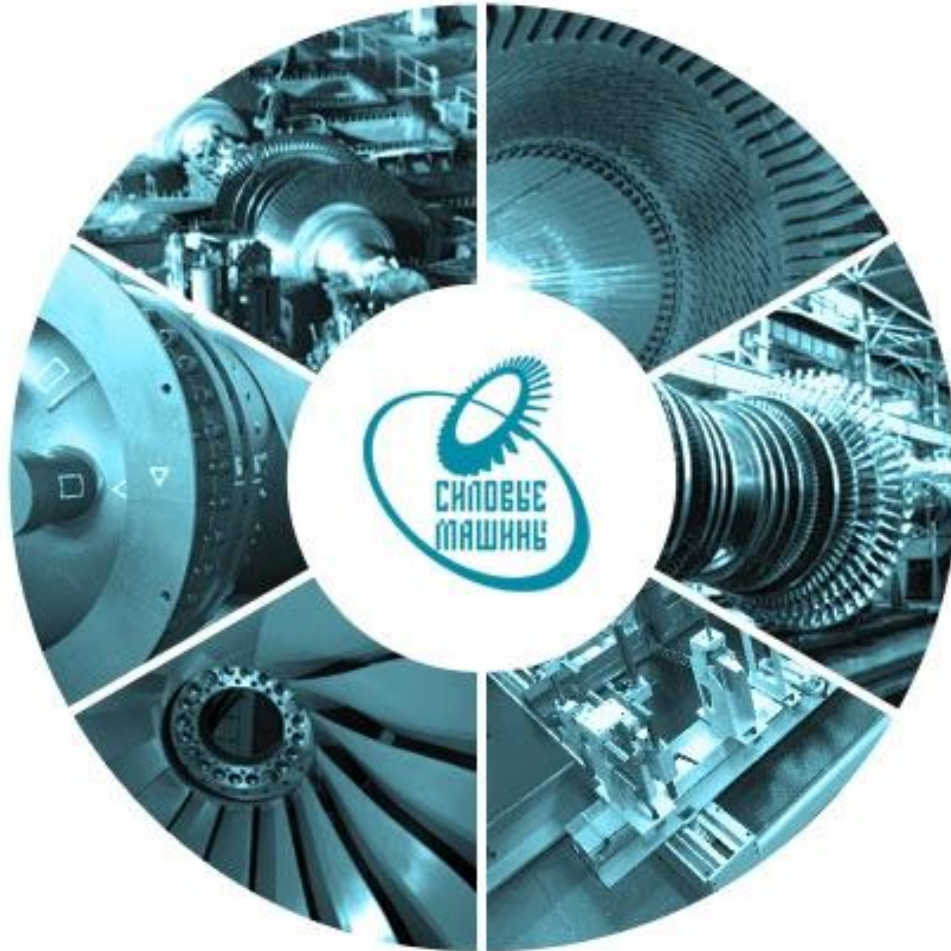


НИУ «МЭИ»

Институт проблем энергоэффективности и водородных технологий

Кафедра экономики в энергетике и промышленности



## Разработка стратегии ПАО «Силловые машины»

**Выполнили:**

Зайцев И.А.

Карпова М.Ю.

Кваснюк Е.Ю.

**Руководитель:**

Никифорова Д.В.

# О компании

**Глобальная** энергомашиностроительная компания

Входит в **пятерку мировых лидеров отрасли** по объему установленного оборудования.

Ключевая компетенция и конкурентное преимущество: **осуществление комплексных проектов под ключ в сфере электроэнергетики.**

На долю Компании приходится около **70% рынка** энергетического оборудования России и СНГ.

Штаб-квартира в городе **Санкт-Петербурге**



**20 000** сотрудников



**Производственные подразделения:**

Ленинградский металлический завод

«Электросила»

Завод турбинных лопаток

Таганрогский Котлостроительный завод «Красный котельщик»



## **Видение**

Удерживать лидирующую позицию по производству и установке энергетического оборудования для ТЭС на отечественном рынке.

## **Миссия**

Разработка, производство и сервисное обслуживание современного и высокоэффективного энергогенерирующего оборудования для внутреннего и внешнего рынков.



# SWOT-анализ

	Возможности	Угрозы
Сильные стороны	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Совершенствование технологий за счёт инвестиций и модернизаций</li><li>2. Расширение дилерской сети</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Бесперебойная поставка оборудования за счет широкой представленности в мире в период пандемии</li></ol>
Слабые стороны	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Техническое перевооружение с внедрением эффективного технологического оборудования и передовых технологий производства</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Возможность перепрофилирования производства при военном положении</li></ol>

# Дерево целей

Удержание лидирующих позиций

Увеличить количество клиентов

Выход на рынок Республики Конго

Обратиться в маркетинговое агентство

Снизить материальные затраты на 10%

Использование инноваций

Поиск альтернативного сырья

Увеличение производительности персонала

Повышение квалификации АУП

Автоматизация производства

# PEST+ анализ

Технологические				
1. Повышение доступности новых технологий	9	0.7	+	6.3
2. Увеличение уровня внедрения IT технологий	7	0.3	+	2.1
3. Увеличение затрат конкурентов на научно-исследовательскую деятельность	8	0.6	-	-4.8
Правовые				
1. Принятие поправок в ФЗ 35	5	0.5	+	2.5
2. Повышение пенсионного возраста	6	1	+	6
Экологические				
1. Изменение экологического законодательства	5	0.9	+	4.5
2. Увеличение уровня выбросов	4	0.6	-	-2.4
Демографические				
1. Снижение рождаемости	6	0.8	-	-4.8
2. Соотношение полов: Тенденция преобладания женского населения над мужским	8	0.5	-	-4
Географические				
1. Изменение климата	2	0.7	-	-1.4
2. Повышение доступности сырья	10	0.3	+	3
Σ				-17.9



- Вывод: проведя PEST Plus анализ компании наблюдаем слабо отрицательную влияние макросреды. В основе отрицательного эффекта лежат политические и экономические факторы. Свою долю в отрицательную сторону внесли и демографические факторы.



# Анализ микросреды модель Портера



	Потребители	Поставщики	Действующие е конкуренты	$\Sigma$	$\alpha$
Потребители	1	5	3	9	0,48
Поставщики	1/5	1	7	8,2	0,44
Действующие е конкуренты	1/3	1/7	1	1,5	0,08
				18,7	1



# Отраслевой анализ

## Анализ стейкхолдеров

### Внешние стейкхолдеры компании

- Акционеры и инвесторы:

HIGHSTAT LIMITED (ХАЙСТАТ ЛИМИТЕД) - 100% акций.

- Государство и общество:

- Деловые партнеры:

Газпром Бурение, Роснефть, СПБМТСБ и МСГ

### Внутренние стейкхолдеры компании

- Сотрудники :

- Топ-менеджеры :

## Анализ отрасли

### Размер и структура отрасли.

- Количество предприятий :

более 50

- Доля ВВП :

26%.

- Уровень концентрации:

высокий уровень (более 75%).





# Конкурентные преимущества компании

ПАО «Силловые машины» продолжают реализацию собственного проекта по производству **газовых турбин мощностью 65 МВт и 170 МВт**. Для реализации проекта создано конструкторское бюро, разработана конструкторская документация, ведется техпереворужение производства, определены отечественные поставщики критически важных комплектующих.

Компания **является комплексным поставщиком** оборудования и решений для заказчика

ПАО «Силловые машины» реализует проект создания **системы мониторинга и удаленной диагностики** оборудования электростанций.

Компания разрабатывает **новые продукты и решения для промышленности**: электрические двигатели для шахтных подъемных машин и рудоразмельных мельниц, асинхронный электропривод для карьерных автосамосвалов и карьерных экскаваторов.



# Стратегии развития компании

- **Удержание** лидирующих позиций на национальном рынке энергетического машиностроения путем внедрения надежных и эффективных комплексных решений
- **Фокус** на максимизацию участия в реализации программы по модернизации российских энергетических мощностей КОММод (конкурентный отбор мощности проектов модернизации)
- **Расширение** присутствия на перспективных динамично развивающихся рынках Юго-Восточной Азии, Индии, Латинской Америки

# Анализ внутренней среды

## общекорпоративный срез

- С 26 июня 2013 года собственник 100 % пакета акций ПАО «Силловые машины» — компания Highstat Limited, бенефициаром которой является российский предприниматель А. А. Мордашов.

## Топ-менеджмент

- Мордашов Алексей Александрович- председатель совета директоров
- Ивановский Александр Александрович- генеральный конструктор.
- Пуляев Владимир Александрович- директор по информационным технологиям.
- Суняев Юрий Игоревич-директор по сбыту.





# Анализ конкурентоспособности



	Качество продукции	Качество сервисного обслуживания	Система сбыта	Номенклатура	Квалификация персонала	$\Sigma$	$\alpha$
Качество продукции	1	1/2	7	5	2	15,5	0,29
Качество сервисного обслуживания	2	1	5	5	1/5	13,2	0,24
Система сбыта	1/7	1/5	1	1/3	7	8,7	0,16
номенклатура	1/5	1/5	3	1	3	7,4	0,14
Квалификац	1/2	5	1/7	1/3	1	9,1	0,17

# Анализ конкурентоспособности

Многоугольник конкурентоспособности



# Матрица Ансоффа

	Существующий продукт	Новый продукт
Существующий рынок	<p>совершенствование деятельности:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>-Участие в качестве спонсора на отечественных энергетических выставках (Российская энергетическая неделя );</li><li>-размещение рекламы сервисного обслуживания на главной странице поисковой системы “Яндекса”;</li><li>-размещение наружной рекламы в городах;</li><li>-получение государственных заказов на изготовление турбин с целью вытеснения конкурентов с рынка.</li></ul>	
Новый рынок	<p>стратегия развития рынка:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>-открытие новых дистрибьюторских центров и представительств в Иране, ОАЭ.</li></ul>	

# Матрица МакКинзи

	Конкурентная позиция			
		хорошая	средняя	слабая
Привлекательность отрасли	Высокая	<b>3</b> Победитель	Победитель	<b>2</b> "Знак вопроса"
	Средняя	Победитель	Средний бизнес	<b>1</b> Проигрывающий
	Низкая	Генератор прибыли	Проигрывающий	Проигрывающий

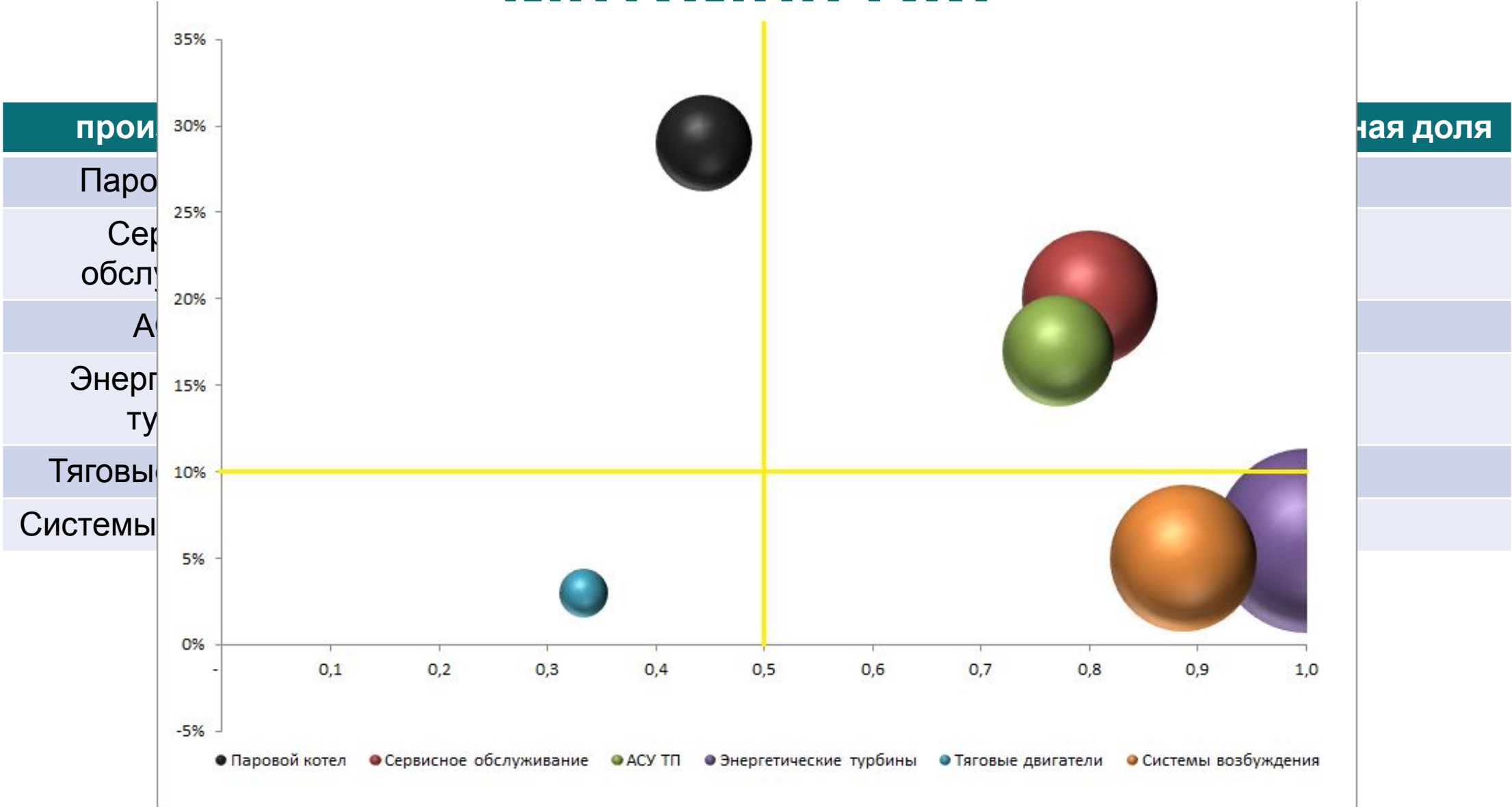
Обслуживание

9

7



# Матрица БКГ



# Пирамида стратегий

Корпоративная стратегия

Стратегия оптимальных издержек

Деловая стратегия

**АСУ ТП:** Стратегия опережения конкурентов

**Паровой котел:** Стратегия стабильности

**Обслуживание:** Стратегия упреждающего удара

Функциональная стратегия

**Производственное подразделение:** модернизация оборудования Калужского турбинного завода.

**Инновационное подразделение:** вложение денежных средств в разработку НИОКР: разработка новых композитных материалов.

**Подразделение по работе с персоналом:** повышение квалификации сотрудников АУП и увеличение ЗП для сотрудников с опытом работы до 3-х лет.

**Маркетинговое подразделение:** разработка новых рекламных мероприятий и поиск новых рынков сбыта.

**Логистическое подразделение:** строительство новых дилерских центров.

# Инвестиционный анализ

## 1. Оценка инвестиционных вложений

Маркетинговые исследование нового рынка.

- инвестиционные вложения составят: 1320423,20 рублей
- Срок реализации проекта - 1 год.



Мероприятие	Затраты	Сроки	Исполнители
1)Выбор получения первичной информации	-	1/3 месяца	Маркетолог
2)Выбор формы сбора информации	-	1/3 месяца	Маркетолог
3)Разработка структуры анкеты	109595,13	1/3 месяца	Маркетолог
4)Распространение и обработка анкет, систематизация полученных данных	879401,85	7 месяцев	Экономист Программист
5)Разработка проекта общей стратегии маркетинга	331426,22	2 месяца	Маркетолог
6)Контроль сроков выполнения работ	-	весь период	Руководитель
7)Составление отчета по результатам	-	1 месяц	Маркетолог Экономист
8)Согласование и утверждение отчета и проекта стратегии	-	1 месяц	Руководитель Маркетолог Экономист
Итого	1320423,20	12 месяцев	

# Стратегический план

