

УДК 338

АНАЛИЗ РЫНКОВ СБЫТА ПРОДУКЦИИ НА ПРИМЕРЕ ПРЕДПРИЯТИЯ ОАО «МОГИЛЕВСКИЙ ЗАВОД «ЭЛЕКТРОДВИГАТЕЛЬ»

Филимонова Татьяна Александровна, старший преподаватель
Пугач Мария Геннадьевна, студентка экономического факультета,
Долголёва Марина Алексеевна, студентка экономического факультета,
Белорусско-Российский университет, Могилев, Беларусь

В статье раскрыта сущность рынков сбыта продукции, а также, проведен анализ основных рынков на предприятии и в ходе проведения анализа даны рекомендации по совершенствованию маркетинга предприятия и освоению рынков сбыта.

Ключевые слова: анализ рынка сбыта, внешний рынок, экспорт

ANALYSIS OF PRODUCT MARKETS ON THE EXAMPLE OF THE ENTERPRISE OJSC «MOGILEVSKY FACTORY «ELECTRIC MOTOR»

Filimonova Tatyana, senior lecturer
Pugach Maria, student of economic faculty,
Dolgolyova Marina, student of economic faculty,
Belarusian-Russian University, Mogilev, Belarus

The article reveals the essence of product sales markets, as well as, analyzes the main markets in the enterprise and, in the course of the analysis, made recommendations for improving the marketing of the enterprise and the development of markets.

Key words: market analysis, export market, export

Анализ рынка сбыта на предприятии – важнейший элемент эффективной политики маркетинга. Постоянное движение спроса и предложения заставляет продавцов и производителей держать руку на пульсе рынка. То, что было актуально вчера, сегодня не может дать положительного эффекта, а завтра все забудут, что был такой продукт на рынке и принес хорошую прибыль. Кроме того, анализ рынка проводится индивидуально для каждого региона. Тенденции,

которые работают на одном рынке, могут не работать на других рынках, даже в пределах одной страны. Если компания работает на международном рынке, то анализ усложняется.

Анализ рынка сбыта, интересен как производителям продукции, так и дистрибьюторам, распространяющим товары, каждый в своем сегменте. Производственная компания часто строит независимую структуру продаж, которая будет распределять товары на рынок. Производство и реализация продукции зачастую идут в диаметрально противоположных направлениях и имеют некоторые цели: персонализация товара для каждого клиента, объемы производства и производство продукции под заказчика [2].

Проведем анализ рынков сбыта продукции на ОАО «Могилевский завод «Электродвигатель».

По географическому признаку рынки сбыта электродвигателей ОАО «Могилевский завод «Электродвигатель» подразделяются:

- внутренний рынок;
- рынок Российской Федерации;
- рынок стран-участниц СНГ (кроме РФ) и Дальнего Зарубежья.

Доля продаж на внутреннем рынке составляет 25%, на рынке Российской Федерации – 64,5%, на рынке стран-участниц СНГ – 1,2%, на Украине – 8,5%, а в странах Дальнего зарубежья – 0,8%.

Доля экспорта ОАО «Могилевский завод «Электродвигатель» в общем объеме сбыта за 2017 год составила около 75%.

На долю стран-участниц СНГ приходится не менее 99,06 % экспорта, из них в Россию более 85,52 %.

В 2017 году ОАО «Могилевский завод «Электродвигатель» произвел поставки: в Казахстан (что составило 0,53% экспорта в СНГ), в Кыргызстан (что составило 0,05% от экспорта в СНГ), в Узбекистан (что составило 0,73% экспорта в СНГ).

Анализируя отдельные рынки необходимо отметить, что только на одном из перечисленных Общество имеет лидирующие показатели



– на внутреннем рынке Республики Беларусь, с долей рынка 25% при общей годовой емкости рынка 265 000 штук.

Одним из важнейших факторов, который серьезно сказался на рынке электродвигателей, было введение с 1 января 2015 года на территории Таможенного Союза нового технического регламента (далее «ТР»), направленного на ограничение использования двигателей с классом эффективности ниже IE2 в соответствии с классификацией нового стандарта Международная электротехнической комиссия – IEC 60034-30:2008. В данном ТР прописаны точные требования к электродвигателям по уровню К.П.Д., шуму, вибрации. Для выполнения данных требований электродвигатель должен быть высокого качества, что в свою очередь требует дополнительных расходов со стороны производителей. Таким образом, будет уменьшено ценовое давление со стороны китайских производителей, себестоимость электродвигателей которых значительно вырастет. По имеющимся данным рост составит 15–20% [3].

Внешние рынки, с долей продаж порядка 75%, являются определяющими в маркетинговой и сбытовой деятельности Общества. Основными являются рынки Российской Федерации и Украины [1].

Данные рынки вследствие одинакового государственного подхода к машиностроительной политики в течении последних трех лет, имеют ряд схожих признаков:

- преобладание поставок электродвигателей китайского производства;
- значительный удельный вес на рынке электродвигателей производства Общества;
- уменьшение доли рынка принадлежащей другим заводам изготовителям;
- постепенный рост объемов поставок электродвигателей премиум класса производства SIEMENS, ABB, WEG и других.

Китайские электродвигатели всегда имеют одно преимущество очень низкая цена. Качество продукта не всегда является основопола-



гающим для потребителей на этих рынках при выборе производителя и этим объясняется ежегодное увеличение доли китайской продукции.

Постоянный высокий объем сбыта Общества в натуральном выражении в указанных странах объясняется в первую очередь оптимальным сочетанием широкой товаропроводящей сети и наличием прямых потребителей. Дополнительными конкурентными преимуществами является индивидуальный подход к каждому клиенту, широкий ассортимент производимой продукции – особенно электродвигателей специального исполнения, поставка собственным транспортом.

Учитывая стабильную ёмкость рынка, уменьшение доли заводов из стран СНГ объясняется постепенным вытеснением китайскими электродвигателями вследствие более низких цен.

Рост объемов продаж высококачественных электродвигателей ведущих мировых производителей вызвано постоянным потоком оборудования поставляемого из Европы и США в Российскую Федерацию и Украину, в состав, которого и входят эти электродвигатели. А выходящие из строя электродвигатели меняют на аналогичные.

В 2018–2020 годах ожидается небольшой рост производства в РФ и Украине что должно способствовать росту объемов продаж в этих странах. На рынок Российской Федерации, как на участника Таможенного Союза, также оказано огромное влияние введение нового Технического регламента с 1–го января 2015 года. Последствия были такие же, как для внутреннего рынка Республики Беларусь. Увеличению объёмов продаж также будет способствовать улучшение качества и снижение себестоимости производимых электродвигателей благодаря проводимой модернизации оборудования.

Несмотря на незначительные и нерегулярные поставки на европейский рынок его перспективность не вызывает сомнений. Учитывая имеющийся опыт поставок в Европу можно констатировать следующие особенности данного рынка:



– значительно меньшее значение ценового фактора, чем в странах СНГ;

– расчет на долгосрочное сотрудничество, что выражается в нежелание менять постоянных проверенных партнеров;

– большое значение имеет качество товара, причем как к техническим характеристикам, так и к внешнему виду;

– обязательный высокий уровень сервисного обслуживания.

Данные особенности с одной стороны приводят к дополнительным трудностям в освоении европейского рынка, а с другой стороны являются неоспоримыми плюсами для предприятий, которые уже работают на этом рынке, т.к. препятствуют выходу на рынок технологически слабых предприятий.

Таким образом, анализ рынков сбыта на ОАО «Могилевский завод «Электродвигатель» показал, что предприятие является экспортоориентированным, а большая часть экспорта направлена на рынки Российской Федерации.

Поэтому предлагаются следующие мероприятия, которые будут направлены на увеличения портфеля заказов на рынках Российской Федерации:

– расширение дилерской сети предприятия – наличие дилера в каждом крупном городе РФ позволит обслуживать клиентов с маленькой потребностью;

– расширение номенклатуры продукции – более комплексное обслуживание потребностей отдельных клиентов;

– использования ценового фактора – один из основных факторов на высококонкурентном рынке электродвигателей;

– более активная работа с конечными потребителями машиностроительной продукции, особенно с индивидуальными требованиями по техническим параметрам электродвигателей;

– постоянная работа по повышению качества продукции совместно с потребителями продукции предприятия;



– усиление рекламной деятельности – участие в выставочной деятельности, активная реклама через сеть, изготовление и распространения через почту буклетов и рекламных листов.

– совместная, с выездом представителя общества, работа с дилерами общества по расширению рынков сбыта продукции предприятия.

Комплексное проведение всех указанных мероприятий позволит увеличить долю предприятия на рынке Российской Федерации.

Основными мерами, направленными на увеличение поставок в страны СНГ в 2017–2030 годах остаются:

– активное информирование потенциальных потребителей продукции о продукции, выпускаемой ОАО «Могилевский завод «Электродвигатель» посредством проведения рекламно–выставочных мероприятий;

– расширение сервисной сети в округах России;

– предоставление выгодных условий поставки и оплаты продукции.

Список литературы

1. Официальный сайт ОАО «Могилевский завод «Электродвигатель» / [Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа: <http://www.mez.by> – Дата доступа: 10.11.2018.

2. Анализ рынка сбыта товаров / [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: https://vvs-info.ru/helpful_information/poleznaya-informatsiya/analiz-rynka-sbyta-tovarov/ – Дата доступа: 10.11.2018.

3. Управление машиностроительным предприятием: учеб.-метод. пособие для машиностроительных специальных вузов/ авт. коллектив: С.В. Смирнов, С.Н. Ефимушкин, А.А. Колобов. – М.: Высш. школа, 2012. – 277 с.

