

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ НА РЫНКЕ ТРАНСПОРТНЫХ АГРЕГАТОВ

**Ромодина И.С., ст.преподаватель,
Борбутько В.К.**
Белорусско-Российский университет

Аннотация. В статье произведен анализ конкурентоспособности и позиции предприятия на рынке транспортных агрегатов с учетом наиболее значимых факторов и критериев. Разработаны мероприятия по совершенствованию процесса позиционирования для предприятия.

Ключевые слова: позиционирование, конкурентоспособность, позиция, рынок.

ОАО «Бобруйский завод тракторных деталей и агрегатов» – современное индустриальное предприятие, прошедшее за 65 лет путь от небольших мастерских по ремонту тракторов и техники для сельского хозяйства до одного из лидеров белорусского сельхозмашиностроения. Завод выпускает номенклатурные узлы и детали для всей гаммы тракторов, выпускаемых МТЗ.

Исследование конкурентной позиции проводилось с использованием рейтинговой оценки. На первом этапе оценивались показатели финансового состояния предприятий-производителей транспортных агрегатов на внутреннем рынке РБ. Данные приведены в таблице 1. В каждой графе определялся максимальный элемент, который принимался за единицу. Затем все элементы этой графы (a_{ij}) делились на максимальный элемент эталонного предприятия ($\max a_v$). В результате была создана матрица стандартизованных коэффициентов (x_{ij}), представленных в таблице 2.

Таблица 1 – Исходные данные

Наименование предприятия	Коэффициент		Рентабельность, %		Коэффициент финансовой независимости	Доля собственного оборотного капитала, %
	ликвидности	оборачиваемости оборотных средств	продаж	капитала		
«БЗТДиА»	0,43	2,59	14,58	0,05	0,12	-133,6
«Бобруйскагро маш»	0,88	0,99	-3,42	-160,4	0,15	-13,05

Продолжение табл. 1

«ТАиМ»	4,08	8,98	45,08	27,27	1,1	75,52
«Белкард»	3,03	1,02	22,05	9,67	0,77	94,2
«БМРЗ»	1,41	2,88	4,44	-3,57	0,74	29,14
«БЗА»	0,82	3,09	12,78	2,07	0,52	-21,88
Весовой коэффициент	1,0	1,5	1,2	1,8	1,3	1,6

Таблица 2 – Матрица стандартизованных коэффициентов

Наименование предприятия	Показатель					
	1	2	3	4	5	6
«БЗТДиА»	0,105	0,291	0,323	0,01	0,109	-1,418
«Бобруйскагро маш»	0,216	0,11	-0,076	-0,17	0,136	-0,139
«ТАиМ»	1	1	1	1	1	0,802
«Белкард»	0,742	0,114	0,489	0,354	0,7	1
«БМРЗ»	0,346	0,321	0,098	-0,131	0,673	0,309
«БЗА»	0,2	0,347	0,283	0,076	0,473	0,232

Все элементы матрицы возводились в квадрат. Затем полученные значения умножались на величину соответствующих весовых коэффициентов (K), установленных экспертным путем, после чего показатели суммировались по строкам [2]. Результаты анализа позиции ОАО «Бобруйский завод тракторных деталей и агрегатов» представлены в таблице 3.

Таблица 3 – Результаты сравнительной рейтинговой оценки деятельности предприятий

Наименование предприятия	Показатель							Rj	Место
	1	2	3	4	5	6			
«БЗТДиА»	0,01	0,13	0,13	0,0002	0,02	3,22	3,50	2	
«Бобруйскагромаш»	0,05	0,02	0,01	0,05	0,02	0,03	0,18	6	
«ТАиМ»	1,0	1,50	1,20	1,80	1,30	1,03	7,83	1	
«Белкард»	0,55	0,02	0,29	0,23	0,64	1,60	3,32	3	
«БМРЗ»	0,12	0,15	0,01	0,03	0,59	0,15	1,06	4	
«БЗА»	0,04	0,18	0,10	0,01	0,29	0,09	0,70	5	

По данным таблицы 3 видно, что ОАО «БЗТДиА» занимает второе место среди производителей транспортных агрегатов на внутреннем рынке. Лидером и основным конкурентом является ОАО «ТАиМ».

В дополнение оценки позиционирования был проведен анализ конкурентоспособности продукции ОАО «БЗТДиА» и основного конкурента ОАО «ТАиМ» на основе индексного метода. В таблице 4 приведены исходные данные, по щеточному оборудованию, применяемому для сельхозтехники.

Таблица 4– Анализ конкурентоспособности продукции

Показатель	«БЗТДиА»	«ТАиМ»	g_i	a_i	G_i
Потребительские характеристики					
Масса, м	295	290	0,98	0,11	0,1078
Ширина уборки, м	1,3	1,5	0,87	0,11	0,0957
Диаметр щеточного диска, м	0,55	0,55	1	0,11	0,11
Частота вращения щетки, об/мин	260	540	0,48	0,11	0,0528
Внешнее исполнение, балл	9	9	1	0,11	0,11
Производительность, м ² /ч	11 700	4 500	2,6	0,11	0,286
Гарантийный срок, балл	9	9	1	0,11	0,11
Нарушение сроков доставки, %	3	2	0,67	0,11	0,0737
Качество обслуживания, балл	9	9	1	0,11	0,11
Итого	-	-	-	1	1,056
Экономические параметры					
Цена, руб.	2 603	2 550	0,98	1	0,98

Интегральный показатель конкурентоспособности $J = 1,056/0,98 = 1,08$.

$J > 1$, это означает, что анализируемый продукт ОАО «БЗТДиА» не уступает продукту конкурента по своим параметрам.

Оценка конкурентоспособности и конкурентной позиции ОАО «БЗТДиА» была так же произведена на основе матрицы БКГ (рисунок 1). В таблице 5 приведены исходные данные, по навесному оборудованию, применяемому для сельхозтехники.

Таблица 5 – Исходные данные

Наименование предприятия	Выручка, тыс. р.		Объем продаж основного конкурента, тыс. р.	Показатели	
	2018	2019		Темп роста объема продаж, %	Относительная доля рынка, %
БЗТДиА	139 605	170 810	159 140	122,4	107,3
Бобруйск-агромаш	59 652	60 054	159 140	100,7	37,7
ТАиМ	24 512	37 343	159 140	152,3	23,5
Белкард	71 427	73 050	159 140	102,3	45,9
БМРЗ	3 062	3 420	159 140	111,7	2,1
БЗА	42 910	48 636	159 140	113,3	30,5

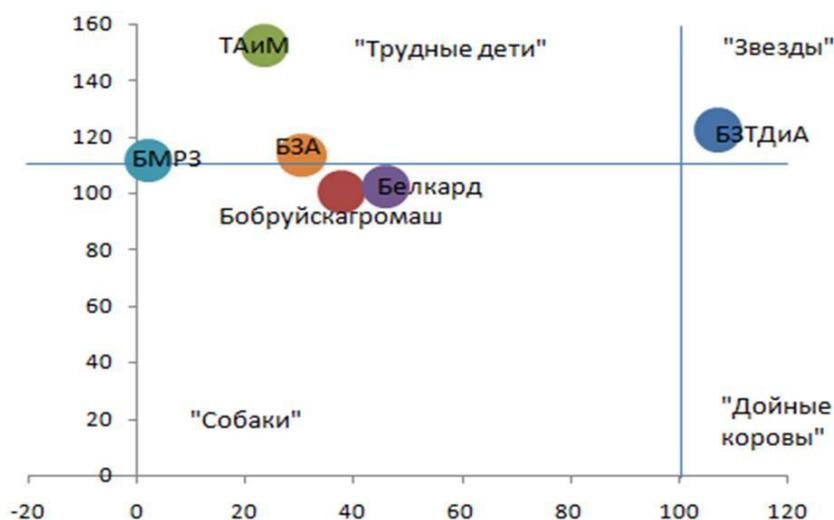


Рисунок 1 – Матрица БКГ

По данным матрицы БКГ можно отметить, что продукция БЗТДиА расположена в группе «Звезды». Это означает, что предприятие является лидером растущего рынка и имеет высокий темп роста продаж.

План мероприятий по укреплению позиции ОАО «БЗТДиА» на внутреннем рынке представлен в виде таблицы 6.

Таблица 6 – План мероприятий

Название мероприятия	Срок выполнения	Расчет затрат	Предварительный бюджет, р.
1 Проведение рекламной кампании	1 год	1 125	1 125
1.1 Разработка и подготовка рекламно-информационных материалов	2 месяца	300	300

Продолжение табл. 6

1.2 Реализация рекламной кампании	7 месяцев	525	525
1.2.1 Размещение рекламы в газете		15·7	105
1.2.2 Размещение рекламы в журнале		25·7	175
1.2.3 Реклама в Интернете		35·7	245
1.3 Проведение маркетинговых исследований, в рамках которых планируется изучение узнаваемости компании	3 месяца	100·3	300
2 Обучение сотрудников отдела маркетинга PR-продвижению компании	1,5 месяца	235·2	470
2.1 Повышение заработной платы сотрудникам отдела маркетинга	1 год	12·850+1 2·780	19 560
3 Внедрение новой специальности:PR-менеджер	4,5 месяца	10 420	10 420
3.1 Подача объявления в СМИ о наборе сотрудников на новую должность	1 месяц	5·4	20
3.2 Оборудование рабочего места для нового сотрудника	2 недели	2 000	2 000
3.3 Обучение нового сотрудника	2 месяца	275·2	550
3.4 Заработная плата сотрудника	1 год	12·650	7 800
ИТОГО	-	-	31 525

Эффективность предложенных мероприятий заключается в повышении уровня узнаваемости продукции «БЗТДиА», расширении целевой аудитории, формировании положительного имиджа компании, закреплении конкурентной позиции на рынке. Затраты на реализацию данных мероприятий, по результатам расчета, составят 31 525 р.

Список литературы:

1. Аакер Д.А. Стратегическое рыночное управления.7-е изд. - СПб.: Издательство "Питер", 2007. - 496 с.
2. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учеб. пособие/ Г.В. Савицкая. – 7-е изд., испр. – Мн.: Новое знание, 2002. – 704 с.