

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ АССОРТИМЕНТОМ ТОВАРОВ И УСЛУГ ПРЕДПРИЯТИЯ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСА

Волкова Е. П.,

научный руководитель старший преподаватель Ракова О. А.

Сибирский Федеральный Университет

Машиностроение играет важную роль в обеспечении устойчивого развития государства. В настоящее время значительный износ основных производственных фондов, низкая загрузка производственных мощностей, неэффективность управления предприятиями и использованием существующих резервов, низкий уровень инновационной активности на предприятиях отрасли приводят к низкой конкурентоспособности продукции машиностроительного комплекса - это отмечают сегодня как исследователи, так и руководители предприятий.

Подобные тенденции привели к тому, что в последние десятилетия конкуренция на отечественном рынке товаров автомобильной промышленности постоянно усиливается, в том числе и в результате активных действий иностранных компаний. Данный машиностроительный сектор является сферой жесткой глобальной конкуренции даже несмотря на неустойчивую экономическую ситуацию в целом по стране и негативные посткризисные тенденции. Следует отметить, что в настоящий период времени рынок товаров автомобильной промышленности насыщен не только новыми автомобилями различных марок, но и автомобилями с пробегом [1].

В этой связи многим зарубежным и отечественным предприятиям выгодно открывать региональное дилерство, которое становится все более привлекательной формой построения успешного бизнеса для компаний и предпринимателей. Дилерский договор с крупным партнером позволяет небольшим фирмам ускорить собственное развитие за счет снижения издержек на раскрутку собственного бренда, расходов на рекламу и получения высоких скидок при условии соблюдения всех условий партнерства. Поэтому получить дилерство очень выгодно, особенно для небольших компаний. Обычно при этом необходимо изучить условия дилерского соглашения предприятия или компании, с которой заключается договор, и требования, предъявляемые к претенденту на дилерство; подготовить пресс-релиз о деятельности компании и пакет учредительных документов, а также свидетельства о регистрации предприятия и постановке на учет в ФНС. После обсуждения и согласования всех важных моментов условий сотрудничества подписывается дилерский договор.

Анализируя состав и структуру ассортимента представляемой на рынок продукции автомобильной промышленности, можно отметить, что данный рынок товаров и услуг формируется прежде всего в двух направлениях: первое – это реализация товаров экономичного класса (так называемый «массовый сегмент») и второе, – это реализация товаров автомобильной промышленности премиум сегмента. Способ получения прибыли предприятием является своего рода «демаркационной» линией, разделяющей предприятия-бракоделы и предприятия с высокой репутацией. Первые добиваются прибыли, снижая издержки в ущерб качеству (применяют дешевые заменители, сокращают технологический цикл изготовления), а вторые – за счет как улучшения качества, так и снижения издержек, но не в ущерб последнему. Товары премиум брендов – это сложившийся в массовом сознании потребителей образ товара, который вызывает у них ассоциации с его полезностью, известностью, престижностью и другими характеристиками.

Если рассматривать конкретный территориальный рынок, то в городе

Красноярске и в Красноярском крае представлено более пятидесяти официальных дилерских центров, как зарубежных так и отечественных производителей, основными среди которых являются: ГК «Медведь Холдинг» (официальный дилер марок: «Hyundai», «Skoda», «Peugeot», «Volkswagen», «Mitsubishi»); ГК «СиалАвто» (официальный дилер: «Renault», «Kia», «Citroen»); ООО «Атлантик Моторс» (официальный дилер автомобилей марок: «Opel», «Chevrolet»); «Титан Моторс» (официальный дилер: «Nissan»); «Киа Центр Красноярск» (официальный дилер «Kia»); ООО «Премиум» (официальный дилер автомобилей марки «Suzuki») [4]. Деятельность вышеперечисленных компаний относится прежде всего к первому направлению, то есть товары данных марок относятся к товарам экономичного класса. В 2012 году рынок бюджетных, а следовательно более востребованных марок (как правило, стоимостью до 500 тыс. руб.) испытывал дефицит автомобилей, вызванный тем, что импортеры не в состоянии в короткие сроки подстроиться под высокую рыночную динамику и полностью закрыть возникший спрос.

Потребители автомобилей среднего класса приобретают товары не чаще, чем в 3-5 лет, поэтому большое значение на покупательскую активность оказывает первичный пакет услуг: специальные предложения, гарантийный ремонт, гибкая программа кредитования; главным инструментом конкурентной борьбы при реализации автомобилей становятся скидки и различные акции. В 2012 году более 1/3 реализованных дилерами автомобилей иностранных марок было продано в кредит. Росту продаж в кредит способствуют как активность автопроизводителей, которые запускают собственные программы кредитования, так и приемлемые условия по автокредитованию в банках.

Автомобильный рынок г. Красноярска также насыщен и товарами второй категории – премиум брендов, среди которых: ООО «Престиж – Авто» (официальный дилер марки «Porsche», Германия); ООО «Орион» (официальный дилер «Mercedes – Benz», Германия), ООО «ЭлитАвто» (официальный дилер «BMW», Германия) и ООО «АЦ – Авангард» (официальный дилер «Audi», Германия). Особенностью формирования ассортимента продукции данных марок является то, что автомобили представленных марок не являются товаром первой необходимости, а относятся к типу дорогостоящей продукции – к товарам роскоши. Премиум-марки обладают более широкими возможностями по привлечению клиентов. Премиум-бренды, имея большую маржинальную составляющую, могут позволить себе и делают это активнее, чем массовые бренды, предлагать выгодные программы кредитования, лизинга, трейд-ина, подарки в виде опций или даже выпускают специальные серии авто, которые привлекают все новых и новых клиентов. Все это положительным образом отражается на росте продаж премиальных брендов. Красноярский автомобильный рынок сегодня достиг определенной зрелости. Ключевыми факторами для успешной работы на нем становятся качество и клиентоориентированность.

Управление ассортиментом и поддержание его конкурентоспособности – это способ выживания. Таким образом, проблема управления ассортиментом товаров и услуг машиностроительного комплекса сводится, во – первых, к определению четкой границы ассортиментных групп, во – вторых, к наличию качественного и полного ассортимента услуг: продажный и послепродажный сервис, гибкая система скидок, дополнительные финансовые услуги.

Деятельность компании ООО «Престиж – Авто» отражает эти общие для автомобильной промышленности тенденции, так как основным видом продукции общества являются автомобили иностранной марки «Porsche», комплектующие и запасные части к автомобильной технике. ООО «Престиж – Авто» - это официальный дилер «Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG» (полное наименование Doktor Ingenieur honoris causa

Ferdinand Porsche Aktiengesellschaft — Акционерное общество почётного доктора инженерных наук Фердинанда Порше) [3]. Следует отметить, что основная направленность ООО «Престиж – Авто» - это эксклюзивные спортивные автомобили марки «Porsche», в частности, такие как «911». Концерн «Porsche» знаменуется победами в гонках на протяжении более чем 60 лет. Компания активно перенимает опыт из гонок и переносит их на повседневную эксплуатацию, в следствии чего у клиентов марки есть уникальная возможность за определенную стоимость приобрести автомобиль с передовыми технологиями.

Исследуемое предприятие занимается на рынке товаров машиностроительного комплекса г. Красноярска как продажей автомобилей этой марки, так послепродажным обслуживанием и ремонтом. При этом предприятие существует на рынке всего два года и потому предлагает достаточно узкий ассортимент продукции, что снижает конкурентоспособность предлагаемого ассортимента товаров, по сравнению с предприятиями-конкурентами. Помимо этого, производственные мощности предприятия не соответствуют возросшему спросу на оказание дополнительных и послепродажных услуг, что также снижает конкурентоспособность товаров ООО «Престиж-Авто». Решение указанных проблем позволит повысить как уровень конкурентоспособности отдельных товаров, так и ассортимента в целом. В планы дальнейшего развития ООО «Престиж – Авто» включают строительство собственного дилерского центра для расширения торговой площади и увеличения ассортимента предлагаемого покупателям товара.

Основным недостатком указанной компании является не только узкий ассортимент продукции и услуг, но и штучная реализация дорогостоящей продукции по сугубо индивидуальным заказам покупателей (вплоть до контрастной строчки шва в салоне автомобиля). Поэтому предприятию следовало бы обратить внимание на конкурентоспособность ассортимента продукции. Привлечение потребителей представляет актуальную задачу, имеющую важное значение. В борьбе за рынки сбыта используются следующие методы: покупателям предлагаются специальные предложения такие как: специальная программа кредитования; лимитированные модели автомобилей; новые пакеты оборудования для автомобилей; эксклюзивные финансовые предложения; сервисные пакеты; оформление «Каско» без справок; гибкая система скидок; дополнительные финансовые услуги (кредитование, лизинг, автострахование).

Экономической целью предприятия выступает максимизация прибыли или минимизация издержек, а для этого используются не только цены, но и реклама, организация отличного сервиса, управление производственной или торговой деятельностью на основании изменения товарно-материальных запасов и т.д. Средством достижения поставленных целей является товар, обладающий определенными характеристиками, который, конкурируя с аналогичными товарами, представленными на рынке, может быть преимущественно обменен на деньги [2].

Список использованных источников:

1. Лифиц И.М. Конкурентоспособность товаров и услуг : учеб. пособие. М.: изд-во Юрайт-Издат, 2009. 460 с.
2. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 312 с.
3. «Престиж – Авто» - официальный дилер Porsche AG в Красноярском крае и республике Хакасия: официальный сайт. URL: <http://www.porsche-krasnoyarsk.ru> (дата обращения: 03.04.2013).

4. Аналитический бюллетень/ Машиностроение: тенденции и прогнозы. Центр экономических исследований «Риа – Аналитика»: электрон. журнал. 2012. № 5. URL: http://vid1.rian.ru/ig/ratings/b_mach5.pdf (дата обращения: 29.03.2013).