

УДК 339.138

В.О. Морозов

МАРКЕТИНГОВА ТОВАРНА ПОЛІТИКА НА ВІТЧИЗНЯНОМУ РИНКУ АБРАЗИВНОГО ІНСТРУМЕНТУ

Розглядаються загальні умови маркетингової товарної політики промислових підприємств, які займаються виготовленням і збутом шліфувального абразивного інструменту. Описуються основні тенденції та перспективи товарного асортименту абразивного інструменту на ринку промислових товарів.

Рассматриваются общие условия маркетинговой товарной политики промышленных предприятий, которые занимаются изготовлением и сбытом шлифовального абразивного инструмента. Описываются основные тенденции и перспективы товарного ассортимента абразивного инструмента на рынке промышленных товаров.

На сучасному етапі використання ріжучого інструменту зростає частка споживання абразивного інструменту (АІ). Це зумовлено збільшенням кількості шліфувальних і фінішних операцій у технологічних процесах, які забезпечують значне підвищення якості кінцевого продукту. Підприємства-виробники АІ поки що обмежують свою діяльність виробництвом і збутом цієї єдиної групи товарів. Найбільш відомі на ринку вітчизняні виробники – “Запорізький абразивний комбінат”, “Іршавський абразивний завод”, ВАТ “Карпати”, ТзОВ “Компанія “Александр” і закордонні фірми – “Carborundum”, “Feldmuhle” (Німеччина), “Carborundum”, “Bay State” (США), “Molemab” (Італія), “С.І.А.” (Бельгія), “Slip Naxos” (Швеція), “Carborundum Electrite” (Чехія), “Челябинский абразивный комбинат”, “Волжский абразивный комбинат”, “Лужский абразивный завод” (Росія). Сучасні спеціалізовані підприємства абразивної галузі випускають від 30000 до 40000 типорозмірів АІ інструменту і шліфувальних матеріалів. З урахуванням кількості виготовлення продукції одного типорозміру ці значення можуть досягати чималих величин, тому виникає потреба в управлінні товарним асортиментом.

Товарний асортимент (ТА) – це динамічний набір номенклатури позицій (типорозмірів, марок, моделей) продукції, що користується потенційним попитом на ринку і забезпечує успішне функціонування підприємства на довгу перспективу [2].

В основі управління асортиментом АІ – формування асортиментних груп і відповідних типових представників інструменту з визначенням їх рейтингу. Формування ТА передбачає дослідження цільових ринків АІ, формування базового товарного асортименту (БТА) АІ, визначення потенційних економічних і технічних характеристик та рейтингу АІ, відбір варіантів рейтингового товарного асортименту (РТА). Ранжування БТА АІ здійснюється в двох напрямках: а) за зменшенням значень характеристик, які оцінюють результативність для підприємства включення цієї позиції в ТА АІ; б) за зростанням значень характеристик, що оцінюють величину витрат ресурсів, необхідних для освоєння та виходу на ринок цієї позиції. Рейтинг АІ падає в міру зміщення номенклатурної позиції, що входить у список БТА, зверху вниз, а також відповідно до зниження результативності та збільшення витрат ресурсів, пов'язаних з виробництвом і виводом на ринок номенклатурної позиції АІ. Вибір економічних і технічних характеристик залежить від конкретних умов, що складаються у виробника АІ на підприємстві. Перевага надається тим ресурсам, яких не вистачає. Наприклад, якщо зростає нестача шліфувальних матеріалів, за критерій ранжування доцільно брати рентабельність відносно матеріальних затрат; при дефіциті кваліфікованих трудових ресурсів – рентабельність до величини затрат на оплату праці; при певному обмеженні капіталовкладень – рентабельність цільових капітальних вкладень на придбання сучасного обладнання; при недостатності безпеки експлуатації АІ – рентабельність цільових вкладень в якість продукції та проведення НДДКР.

До потенційних економічних і технічних характеристик БТА АІ можна віднести: ціни на типову одиницю інструменту; обсяги виробництва інструменту в натуральному та грошовому виразі; трудомісткість інструменту; собівартість продукції та її елементи (матеріальні затрати, оплата праці, амортизаційна складова тощо); затрати на маркетингові заходи з просування

продукції на ринку; капіталовкладення в матеріально-технічну базу виробничої сфери (для виробництва продукції); прибуток від реалізації інструменту; рентабельність продукції відносно затрат на виробництво; тривалість освоєння та виведення на ринок продукції; чисельність працівників; безпека експлуатації (розривна швидкість, запас міцності); продуктивність, коефіцієнт шліфування, ріжуча здатність, стійкість інструменту; точність геометричних розмірів інструменту (у т.ч. еліпсність, ексцентриситет, різновтовщинність); дисбаланс (неврівноваженість шліфувальної маси в межах АІ); товарний вигляд та упакування. Методологія ранжування промислових товарів викладена у [2] і може бути використана при формуванні варіантів ТА АІ підприємства.

При формуванні ТА АІ підприємства можна користуватися також даними про сучасний стан і тенденції розвитку вітчизняного ринку АІ. Аналізуючи динаміку розвитку абразивної галузі в останні роки, можна констатувати, що до 2001 р. практично закінчився спад у сфері виробництва АІ в Україні й Росії. Це викликано рядом факторів, що визначили ситуацію на ринку АІ. По-перше, призупинилося зменшення потреби в АІ на підприємствах більшості галузей промисловості і транспорту у зв'язку зі стабілізацією їх виробництва. По-друге, цілком витрачено колишній запас абразивного інструменту на складах більшості підприємств, що також привело до збільшення попиту на нього. По-третє, остаточно розпалася система збуту – постачання колишнього СРСР, і заводи-виробники АІ цілком перервали ділові контакти з неспроможними відповідними оптовими постачальними базами і неплатоздатними великими споживачами. Замість того зараз у виробників встановлюються вигідні відносини з професійними збутовими структурами, що вже сформувалися, і з новими, які ще утворюються.

Аналіз сучасного стану абразивної галузі дає надію для обережного оптимізму. При попиті, який збільшується на продукцію АІ, виробники не втрачають і валютних контрактів, що дозволяє їм відносно спокійно себе почувати на вітчизняному ринку. Однак їх починає серйозно турбувати те, що вітчизняний ринок продовжує наповнюватися якісним, але більш дорогим АІ, який виготовляється в Німеччині, Італії, Швеції, США, Чехії й інших країнах. При цьому ціни на продукцію вітчизняних і закордонних виробників мають стійку і природну тенденцію до зближення, чого, на жаль, поки що не можна сказати про якість АІ, виготовленого в Україні. Більше того, вітчизняні виробники АІ затіяли змагання в підвищенні цін на продукцію і плагіаті номенклатури один в одного замість того, щоб протистояти потокові імпортного інструменту.

Розглянемо основні причини низької конкурентоспроможності вітчизняного АІ за основними параметрами. Це безпека експлуатації (розривна швидкість, запас міцності); продуктивність, коефіцієнт шліфування, ріжуча здатність, стійкість інструменту; точність геометричних розмірів інструменту (у т.ч. еліпсність, ексцентриситет, різновтовщинність); дисбаланс (неврівноваженість шліфувальної маси в межах АІ); товарний вигляд та упакування. На якість і стабільність параметрів АІ впливають також конструкторські і технологічні фактори. Це рівень конструкції і технології виготовлення, якість використовуваних вхідних матеріалів, вимоги стандартів, технічний рівень і апаратне забезпечення контролю, технічні можливості, стан і рівень обладнання, конструктивне та естетичне оформлення продукту й пакування, відношення керівників, відповідальність і кваліфікація персоналу виконавців.

Якісні відмінності основних вищеперерахованих параметрів АІ провідних європейських виробників значно вищі. У них поряд з вдалим конструкторськими і технологічними рішеннями – більш тверді вимоги до додержання стандартів і технологій, стовідсоткова перевірка продукції, стабільність технологічних параметрів, висока якість вихідних матеріалів; керівники виняткову увагу приділяють забезпеченню якості й товарного вигляду, збереженню продукції, зручності при її транспортуванні та складуванні.

Причини незадовільної якості АІ вітчизняних виробників – у зниженні рівня науково-дослідних, конструкторських і технологічних розробок, що пов'язано з кадровою проблемою. Уже майже десять років триває відтік високкокваліфікованих спеціалістів з підприємств абразивної й споріднених галузей в інші та за кордон. Зникнення спеціалізованих НДІ ставить під сумнів можливість вітчизняних виробників АІ вистояти в конкурентній боротьбі, а також зумовлює створення примітивних конструкцій і технологій. Крім того, слід зауважити, що вимоги діючих стандартів не відповідають європейським, маємо нестабільну сировинну базу,

низьку якість використовуваних матеріалів, спрацьований і моральнозастарілий стан технологічного устаткування і засобів контролю. Здійснюється вибіркова перевірка якості продукції, спостерігається втрата кваліфікації персоналу. Деякі положення сучасного менеджменту не є пріоритетними показниками для керівників галузі. На ринку монополізм, відсутність цивілізованої конкуренції.

Поки що не справджуються сподівання, що на підприємства прийде "свій власник" і розпочне революційні перетворення виробництва. Нема надії і на іноземні інвестиції. Західні потенційні інвестори не поспішають на ринок АІ, продовжують спокійно спостерігати за спробами українських виробників вийти зі скрутного становища і не мають особливого бажання їх інвестувати. Причина цього (крім фактора політичної нестабільності) полягає не тільки в бажанні іноземних фірм заповнити своєю продукцією порожні ніші нашого ринку, але й в економічній недоцільності для західних інвесторів технічного переозброєння наших виробництв інструментальної галузі як майбутніх своїх конкурентів. Тоді виникає цілком закономірне запитання: "Чи має вітчизняний АІ перспективу розповсюдження на нашому ринку і якою повинна бути відповідна маркетингова товарна політика?" Аби відповісти на це запитання, проаналізуємо стан ринку абразивних бакелітових відрізних кругів як асортиментної групи АІ. За даними [1], в Україні, без урахування та обліку незаконно завезених, продається понад мільйон відрізних кругів (близько 160 тонн), з яких 20% виготовлені на українських підприємствах, 70% імпортується з Росії і 10% – з країн далекого зарубіжжя. При цьому тільки до 15% (від загальної кількості) цього АІ відповідає вимогам міжнародних стандартів з безпеки. Треба також врахувати і те, що на ринку є відрізни круги з простроченим періодом зберігання (більш як один рік), які взагалі не підлягають обліку. Серед споживачів подібної продукції, як не дивно, фігурують досить відомі державні підприємства, не кажучи вже про малі й використання АІ в побутових умовах. Дані обставини спричиняють підвищення травматизму при застосуванні такого АІ в комплекті з сучасними швидкісними шліфмашинками. Більш упевнено на вітчизняному ринку АІ почуває себе продукція Лузького абразивного заводу (Росія), яка значно дешевша, ніж вироби вищеназаних європейських фірм, а за технічними характеристиками й зовнішнім виглядом близька до них. Іршавський абразивний завод і ВАТ "Карпати" продовжують випускати АІ невисокої якості за ріжучими властивостями, стійкістю та зовнішнім виглядом, які коштують на 20–30% менше, ніж аналогічні російські. Сьогодні на українських підприємствах не розв'язана проблема сучасного маркування із застосуванням термостійких фарб та етикеток, які змогли б разом з іншими технологічними рішеннями значно підвищити конкурентоспроможність і рейтинг вітчизняного АІ.

Підвищення конкурентоспроможності вітчизняного АІ можливе при умові погоджених та енергійних дій з боку вітчизняних підприємств. І консолідуючу роль тут можуть відіграти великі вітчизняні комерційні компанії, які вже дозріли до цього й здатні фінансувати наукові дослідження та інвестувати перспективні проекти в абразивній галузі.

1. Кальцев В.Ф. Ринок абразивного інструменту в Україні. День сьогоднішній, тенденції // Інструментальний світ. 2002. №1(13). С. 28–29. 2. Крикавський Є.В., Чухрай Н.І. Промисловий маркетинг: Підручник. Львів, 2001.

УДК 330: 007(07)

В.М. Флячок

ДО ПИТАННЯ ПРО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКИМ РИЗИКОМ

Аналізуються ризикові економічні ситуації, які можуть призвести до банкрутства. Розглядаються різні підходи до визначення кількісної оцінки ризику. Висвітлюються основні методи управління оправданим ризиком.

Анализируются рисковые экономические ситуации, которые могут привести к банкротству. Рассматриваются различные подходы к определению количественной оценки риска. Освещаются основные методы управления оправданным риском.