ИРКУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

БАЙКАЛЬСКИЙ ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И МЕЖДУНАРОДНОГО МЕНЕДЖМЕНТА

СИБИРСКО-АМЕРИКАНСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Теоретический проект по курсу:

«Маркетинг»

**Тема: «Маркетинговое исследование рынка рукавов высокого давления».**

##### Выполнили:

Антонов Виктор

Белых Николай

Ларионова Наталья

Недвецкая Олеся

Иркутск, 2002

**Содержание**

Общая Информация 3

Анализ Рынка РВД 4

Определение Рынка и Тенденций 4

Исследование рынка 4

Конкуренция 7

Продукты Заменители 7

Конкуренты Производители 7

Сегментация 8

Критерии Сегментации 8

Сегментация Рынка РВД 9

Выбор Сегмента 10

Выбор стратегии 11

Продукт 12

Общая Информация 12

Продукт для Строительных Компаний 13

Продукт для Горнодобывающих и Рудообрабатывающих Компаний 14

Продукт для Производителей Гидроинструмента 14

Выводы 14

Упаковка 15

Цена 16

Образование Цены на Основе Себестоимости 16

Образование Цены на Основе Требований Рынка 17

Выводы 17

Организация сбыта 18

Продвижение товара 20

Приложения 22

# Общая Информация

ЗАО «Ювэнк-Энерпред» является коммерческой организации. Его учредителями являются ЗАО «Энерпред» г. Иркутск и ЗАО «Ювэнк» г. Екатеринбург. ЗАО «Ювэнк-Энерпред» было создано в октябре 2000 г. Основным видом деятельности ЗАО «Ювэнк-Энерпред» является производство рукавов высокого давления. Предприятие состоит из 12 человек, 2 – директорат, 3 – аппарат управления, 5 – основное производство, 1 – материальный склад, и 1 – водитель. Предприятие расположено в основном цехе завода «Радиан» и имеет в распоряжении 4 основных и 2 вспомогательных станка для производства РВД. Основная используемая технология производства предоставлена ЗАО «Ювэнк».

# Анализ Рынка РВД

## Определение Рынка и Тенденций

Рынок рукавов высокого давления – это организационный рынок, то есть значительную часть его потребителей составляют организации. Основными потребителями рукавов высокого давления (РВД) являются предприятия производящие тяжелую технику, такую как бульдозеры, тракторы, грейдеры и экскаваторы, и предприятия производящие гидрооборудование. У этих предприятий РВД являются комплектующими для их продукции. Также потребителями РВД являются лесная и горнодобывающая промышленность, коммунальные службы и строительные компании, которые используют новые РВД для замены изношенных.

В последние годы наметился рост спроса на РВД. Это связано с несколькими факторами. Во-первых, после длительного спада, с конца 1997 года начался рост производства тяжелой техники. Во-вторых, значительно возросло производство и использование гидрооборудования. В-третьих, увеличилось число РВД используемых для замены изношенных рукавов. Так по данным областного комитета статистики, возрос парк машин использующих РВД коммунальных хозяйств и строительных компаний, а также объем выполненных ими работ, что свидетельствует о более интенсивном использовании РВД и более быстром их изнашивании. Также статистические данные свидетельствуют, что увеличилась лесозаготовка и добыча угля, что, несомненно, сказывается на использовании техники и РВД.

Данные положительные тенденции в спросе на РВД сохранятся в ближайшем будущем. Это утверждение не безосновательно. Ведущие специалисты и институты прогнозируют экономический рост в России в ближайшие годы. Экономический рост будет сопровождаться ростом производства, и в том числе производства тяжелых машин и гидрооборудования. Вместе с ростом производства возрастет использование техники и гидрооборудования. Так же прогнозируется значительное увеличение объемов строительства и лесозаготовок. Данные оценки позволяют сделать вывод, что рост спроса на РВД, который начался несколько лет назад, сохранится.

## Исследование рынка

В связи с тем, что ЗАО «Энерпред» является крупным и развивающимся производителем гидроинструмента, его потребности в комплектующих изделиях постоянно растут. Т.к. РВД являются тем элементом, который необходим для функционирования многих изделий, производимых предприятием, то рост объема продаж предприятия имеет практически прямую зависимость к росту потребности в РВД. Т.к. производителей РВД в ближайших регионах нет, то их приходится закупать и привозить издалека, что повышает издержки. Поэтому специалистами ЗАО было выдвинуто предположение, что будет выгоднее производить РВД в Иркутске для полного удовлетворения потребностей предприятия. Однако текущие потребности ЗАО «Энерпред» в РВД не обеспечат эффективности производства РВД. Чтобы достичь эффективности, нужно сбывать РВД и другим потребителям. Поэтому руководство предприятия поставило задачу провести маркетинговое исследование рынка РВД в Иркутской области и близлежащих регионах с целью выяснения рациональности производства РВД в Иркутске.

Были поставлены следующие задачи исследования рынка: определить объем рынка и характер конкуренции. Данное исследование позволило оценить, сможет ли предприятие по производству РВД достичь экономии на масштабе, что сделало бы ее продукцию конкурентоспособной.

Для определения объема рынка была разработана следующая модель. Т.к. учетом производства РВД статистические органы не занимаются, то определить потребность в РВД с использованием статистических справочников (или других надежных источников) не представляется возможным. Вообще, информация о рынке РВД во вторичных источниках не приводится. Поэтому была разработана следующая схема сбора информации. Т.к. выбранный рынок довольно большой (в географическом смысле), то опрос предприятий довольно затратный вид деятельности. Поэтому было решено использовать, где возможно, информацию статистических органов, а опрос проводить небольших выборок предприятий.

РВД

Комплектующие

Запчасти

Производители гидроинструмента

Лесозаготовительные предприятия

Производители тяжелой техники

Строительные предприятия

Гидроинструмент

Горнодобывающие предприятия

Коммунальные службы

Для определения потребности в РВД как в комплектующих (т.е. для сборки какого-нибудь узла машины на заводе), нужно было знать потребность в РВД для производства одой машины или инструмента и объем производства этих машин и инструментов. Узнать потребность в РВД для производства тракторов, бульдозеров, грейдеров и т.д. было довольно легко, т.к. многие производители тяжелой техники приводят информацию о своей продукции с подробным описанием на своих сайтах в Интернет. Количество же произведенной техники можно узнать из статистических справочников.

Сложнее обстояли дела с определением потребности в РВД в качестве запчастей. Определить парк тяжелой техники и гидроинструмента практически невозможно. А оценить потребности этого парка в РВД еще сложнее. Ситуация усложняется еще тем, что неизвестно сколько машин действительно работают и нуждаются в периодическом ремонте (в РВД). Поэтому было решено, опираясь на статистическую информацию о количестве предприятий, произвести опрос выборки таких предприятий с целью выявления их годовой потребности в РВД. Основные предприятия, использующие тяжелую технику, находятся в отраслях строительства, лесозаготовки, добычи ресурсов и коммунального хозяйства. Потребность в РВД зависит от интенсивности использования техники и от размера предприятия. В свою очередь интенсивность использования техники зависит от отрасли, где эта техника используется. Например, грейдер, который используется коммунальным хозяйством, использует далеко не все свои функции, поэтому у него изнашивается только те узлы, которые используется. Тот же грейдер, который используется в строительной организации, использует чаще всего все свои узлы в равной степени, поэтому у него изнашивается больше РВД. В то же время изнашиваемость РВД в одной отрасли не варьируется в зависимости от географического региона. Т.е. нет разницы, где работает бульдозер: в Иркутске, Красноярске или Чите – он одинаково изнашивает РВД. Поэтому в выборку было решено включить репрезентативное число мелких и крупных предприятий принадлежащих к различным отраслям, но находящихся в Иркутской области. Информация о количестве предприятий по отраслям мы взяли в комитете статистики. А опрос производили с помощью интервью по телефону или при личной встрече.

Вся информация о потребности в РВД для гидроинструмента и об объемах его производства мы получили непосредственно в ЗАО «Энерпред» - единственного производителя гидроинструмента на выделенном географическом рынке. «Энерпред» сам производит сервисное обслуживание проданного гидроинструмента, т.о. он поставляет всем своим клиентам РВД на запчасти. Поэтому нам было легко узнать общую потребность РВД для гидроинструмента как для его производства, так и для обслуживания.

В результате мы получили следующую годовую потребность в РВД на обозначенном рынке: 561,787 шт. Эта цифра говорит о большом объеме рынка. Для достижения эффективности производства захват даже шестой части этого рынка будет более чем достаточно.

## Конкуренция

### Продукты Заменители

Заменяющими продуктами для рукавов высокого давления по ГОСТу 6286-73 и ГОСТу 25452-90 являются рукава несоответствующие этим ГОСТам изготовленные по ТУ 22-169-09-92, **ТУ 22-169-10-92, ТУ 22-169-18-99**, ТУ 29074893-001-98, ТУ 23.1.40-80, и другими ТУ. В данных рукавах применяется менее долговечная и прочная резина, что приводит к меньшей стоимости их изготовления. Но как результат меньшей долговечности и прочности исключается возможность их использовать в системах требующих высокого давления и постоянной работы, таких как гидравлические системы, поэтому эта продукция не может быть использована в гидрооборудовании и в машинах с мощными гидравлическими приводами. Эти рукава могут создать конкуренцию, только в области гидравлических приводов малой и средней мощности.

### Конкуренты Производители

Основными конкурирующими производителями рукавов высокого давления в России являются ЗАО «НПФ Ювэнк», ООО "ГидраПак", ЗАО «Строймашсервис», ООО "ЭКСПО-Трейд", СДМ "Запчасть сервис", ЗАО «Майкоп нормаль», ООО «Леотек-Центр», АО "Полимерснаб" и Фирма "ЦИН». Почти все эти компании расположены в регионе Предуралья и западной России, единственный представитель в восточной части России является компания ООО "ЭКСПО-Трейд", да и то она расположена на Дальнем Востоке. Так что огромная территория восточной и центральной Сибири является неохваченной. Еще одной слабой стороной является то, что большинство компаний за исключением ООО «Леотек-Центр», ЗАО «Майкоп нормаль» и ООО "ЭКСПО-Трейд" предлагают только рукава высокого давления по ГОСТу 6286-73, что создает дефицит в области потребления РВД по ГОСТу 25452-90. Сильной стороной большинства конкурентов считается их привязка к предприятиям тяжелого машиностроения, что обеспечивает для них постоянный доход и стабильные заказы в течение года. В восточной и центральной Сибири таких предприятий не много, и они производят лишь незначительную долю от всего тяжелого машиностроения России. Так что в этом регионе нужно ориентироваться на более мелкого потребителя с менее стабильными заказами.

Более подробная информация о конкурентах дана в ***приложении 1***

## Сегментация

### Критерии Сегментации

Рынок рукавов высоко давления может быть просегментирован исходя и следующих критериев:

* Географическое расположение, то есть расположение клиентов по городам и населенным пунктам, районам, и областям/регионам.
* Видам деятельности потенциальных клиентов
* Способу применения РВД
* Лояльности организаций-клиентов
* Размеру организаций-клиентов

Проведя анализ доступной информации и возможных результатов, которые мы сможем получить от сегментации, мы решили, что наилучшими критериями для сегментации будут региональное расположение потенциальных клиентов и вид их деятельности. Мы решили использовать региональный критерий для сегментации, потому что это поможет нам выяснить географическое расположение наших потенциальных клиентов, что поможет выработать цепочку реализации нашей продукции. Мы так же выбрали критерий сегментации в соответствии с видами деятельности, потому что он поможет нам определить на какую область деятельности потенциальных покупателей нам следует обратить наибольшее внимание. Мы отклонили критерий сегментации по способу применения, потому что их существует всего два: производство и ремонт; в результате чего получаются очень широкие сегменты, который не дают конкретной информации. Лояльность клиентов так же очень сложно определить, так как отсутствует соответствующая информация. Так же та же самая причина явилась основой для отклонения последнего критерия сегментации – размер организации-клиента.

### Сегментация Рынка РВД

*Географическая сегментация.* ЗАО «Ювэнк-Энерпред» является не большим предприятием, поэтому область его охвата ограничена ресурсами, производственным и человеческим потенциалом. В связи с этим мы решили охватить регионы Восточной Сибири, находящиеся не далеко от Иркутской области, где располагается производство ЗАО «Ювэнк-Энерпреда». Мы выделили следующие географические сегменты: Иркутская область, Читинская область, Саха, Бурятия, Тува и Красноярский край.

Суммарная прогнозируемая потребность в РВД шт. в год по данным регионам составляет:

|  |  |
| --- | --- |
| Регион | **Кол-во шт.** |
| Иркутская область | 163160 |
| Читинская область | 44398 |
| Саха | 72474 |
| Бурятия | 47201 |
| Тува | 17929 |
| Красноярский край | 216626 |
| **Всего:** | **561788** |

*Сегментация по видам деятельности*. Исходя из данного критерия сегментации мы выделили следующие виды деятельности, которые могут использовать РВД: производство тяжелой техники (бульдозеры, тракторы, комбайны, экскаваторы), производство гидроинструмента, лесозаготовка, добыча и обработка руд, строительство и коммунальное хозяйство. Суммарная прогнозируемая потребность в РВД шт. в год по этим видам деятельности в выше обозначенных регионах составляет:

|  |  |
| --- | --- |
| **Вид деятельности** | **Кол-во шт.** |
| Лесозаготовка | 93429 |
| Добыча и обработка руд | 34200 |
| Строительство | 331125 |
| Коммунальное хозяйство | 27000 |
| Производство тяжелой техники | 62138 |
| Производство гидроинструмента | 13895 |
| **Всего:** | **561787** |

### Выбор Сегмента



Исходя из географической сегментации, мы решили остановиться на рынках Иркутской области и Красноярского края. Оба этих рынка обладают большой емкостью 68% от рынка всей Восточной Сибири. Кроме того, между и внутри Красноярского края и Иркутской области существует достаточно развитая транспортная система, что позволяет без трудностей доставлять продукцию до конечного потребителя. Так же в этих рынках отсутствуют крупные конкуренты. Все вышеперечисленное создает благоприятные условия для освоения рынков Иркутской области и Красноярского края. В далекой перспективе также существует возможность освоения рынков Бурятии и Читинской области. Мы решили отклонить рынки Тувы и Якутии, так как там транспортная система развита хуже, чем в Иркутской области и Красноярском крае.

Исходя из сегментации по видам деятельности мы решили остановится на строительстве, производстве гидроинструмента и добыче и обработке руд. Мы выбрали сегмент гидроинструмента, потому что единственное предприятие производитель гидроинструмента располагается в непосредственной близости от ЗАО «Ювэнк-Энерпред» и с ним налажены устойчивые связи по сбыту РВД, что значительно снижает транзакционные издержки и делает нашу продукцию конкурентоспособной на данном рынке. Строительство является привлекательным для нас, потому что основные предприятия потребители в этом сегменте являются достаточно крупными предприятиями с большой потребностью и располагаются в крупных городах и районных центрах. Это упрощает схему сбыта продукции и как результат уменьшает транзакционные издержки. Предприятия по добыче и переработке руд в отличие от строительных предприятий не располагаются в крупных населенных пунктах, но все же являются достаточно крупными с большой потребностью и сконцентрированными в определенных регионах. Это так же упрощает схему сбыта для этих предприятий и уменьшает транзакционные издержки. Кроме этого большинство предприятий этих сегментов хорошо развиваются в последнее время и являются достаточно платежеспособными.

Мы отклонили сегмент лесозаготовки, потому что большинство потенциальных потребителей в этих сегментах являются мелкими предприятиями с небольшой потребностью, а так же причиной отклонения этого сегмента было то, что лесозаготовительные предприятия сильно разбросаны по регионам. Это сильно усложняет схему сбыта и увеличивает транзакционные издержки. Мы отклонили предприятия коммунального сектора, потому что большинство из них являются государственными и имеют маленькую платежеспособность. Основной причиной отклонения предприятий производителей тяжелой техники было то, что эти предприятия уже имеют устоявшихся поставщиков, с которыми у них есть долгосрочные контракты, поэтому этот сегмент очень насыщен конкурентами и является малопривлекательным для нас.

### Выбор стратегии

Несмотря на то, что все рукава высокого давления являются достаточно однородными продуктами, мы все же планируем ориентироваться на конкретных клиентов. Это позволит нам получить глубокие знания о каждом из выделенных клиентов, четко определить потребность каждого из них и наиболее эффективно их обслуживать. Основой для выбора такой стратегии явилось то, что мы планируем работать по личным заказам от каждого клиента. В результате данной стратегии мы планируем стать основной фирмой поставщиком РВД на рыках гидроинструмента, строительства и добычи и обработки руды в Иркутской области и Красноярском крае.

# Продукт

### Общая Информация

Рукава высокого давления (РВД) с неразборным присоединительным наконечником предназначены для применения в качестве гибких трубопроводов в гидравлических системах.



Рукава выпускаются с внутренними диаметрами 4, 6,. 8, 10, 12, 16, 20, 25, 32 ,38, 50 мм. с прямыми и угловыми наконечниками любой длинны.

Рукав состоит из двух неразборных частей (обжимных) присоединительных наконечников и резинового рукава высокого давления с металлическими оплетками.

Конструкция ниппелей присоединительных наконечников обеспечивает герметичность давления рабочей жидкости без использования дополнительных уплотнений при монтаже рукава.

Принципиально важным качеством присоединительных наконечников является их надежное крепление к резиновому рукаву, обеспечивающие герметичность и особую прочность соединения с рукавом. Эти требования реализуются путем объемной деформации муфты наконечника в обжимной машине.

Деформируемая муфта обжимает резиновый рукав на вставленный в него ниппель, имеющий при необходимости зуб для образования замка при непосредственном контакте с металлической оплеткой рукава и кольцевые нарезки, обеспечивающие герметичность наконечника.

### Продукт для Строительных Компаний

Строительные компании используют рукава высокого давления для замены старых и изношенных РВД на строительной технике. Основными видами техники, которыми пользуются строительные компании, являются средние и малые бульдозеры и экскаваторы. Основными РВД, которые используются в большинстве Российских бульдозеров и экскаваторов, являются РВД с внутренним диаметром 16 и 25 мм. Причиной такой универсальности является то, что большинство РВД выпускается в соответствии с двумя ГОСТами 6286 и 25452, а эти ГОСТы уже закладываются в конструкцию гидроузлов в тяжелой технике. Различия происходят только в длине самого рукава.

Средняя потребность для стандартного бульдозера средней мощности (Б-80) и экскаватора средней грузоподъемности (ЭК - 55) представлена ниже:

**Бульдозер:**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **N** | **Наименование** | **dy,** | **Длина,** | **кол-во** |
|  |  | **мм** | **мм** |  |
| 1 | РВД | 16x24 | 900 | 6 |
| 2 | РВД | 16x24 | 1100 | 8 |
| 3 | РВД | 16x24 | 1400 | 1 |
| 4 | РВД | 16x24 | 1700 | 3 |
| 5 | РВД | 25x40 | 1150 | 2 |
| 6 | РВД | 25x40 | 2500 | 1 |

**Экскаватор:**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| N | **Наименование** | **dy,** | **Длина,** | Кол-во |
|  |  | **Мм** | **мм** |  |
| 1 | РВД | 16 | 600 | 1 |
| 2 | РВД | 16 | 650 | 1 |
| 3 | РВД | 16 | 710 | 1 |
| 4 | РВД | 16 | 900 | 1 |
| 5 | РВД | 25 | 650 | 7 |
| 6 | РВД | 25 | 950 | 2 |
| 7 | РВД | 25 | 1 000 | 10 |
| 8 | РВД | 25 | 1 400 | 7 |
| 9 | РВД | 25 | 1 400 | 3 |
| 10 | РВД | 25 | 1 600 | 7 |
| 11 | РВД | 25 | 1 600 | 2 |
| 12 | РВД | 25 | 2 050 | 6 |

Исходя из вышеизложенного для сегмента строительных компаний мы планируем выпускать РВД с внутренним диаметром 16 и 25 мм и длинной от 600 до 2500 мм.

### Продукт для Горнодобывающих и Рудообрабатывающих Компаний

Основными видами техники, которые используют горнодобывающие и рудообрабатывающие компании, и в которых используются РВД по ГОСТу 6286 и ГОСТу 25452, являются мощные бульдозеры, грейдеры и экскаваторы. Мощность не влияет на то, РВД какого диаметра используются, изменяется в основном только длинна, которая сейчас достигает 3150 мм. В отличие от экскаваторов и бульдозеров, в грейдерах используются РВД с внутренним диаметром 12, 16 и 20 мм. и длинной от 450 до 1850 мм.

Средняя потребность для грейдера средней мощности (КР-30/КР-45) приведена ниже:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **N** | Наим-ие | **Dy, мм** | **Длина**, **мм** | Кол-во |
| 1 | РВД | 12 | 450 | 7 |
| 2 | РВД | 12 | 650 | 3 |
| 3 | РВД | 12 | 850 | 6 |
| 4 | РВД | 12 | 1050 | 40 |
| 5 | РВД | 12 | 1250 | 17 |
| 6 | РВД | 12 | 1650 | 1 |
| 7 | РВД | 16 | 1050 | 5 |
| 8 | РВД | 20 | 850 | 4 |
| 9 | РВД | 12 | 450 | 2 |
| 10 | РВД | 12 | 1050 | 2 |
| 11 | РВД | 12 | 1850 | 5 |

### Продукт для Производителей Гидроинструмента

Основным производителем гидроинструмента в Восточной Сибири является ЗАО «Энерпред», которое использует РВД как комплектующие для своего гидроинструмента. РВД служит связующим звеном между насосом и гидросистемой. В основном на одну гидросистему идет один рукав с внутренним диаметром 6 и 8 мм и средней длинной 1200 мм.

### Выводы

Для того чтобы максимально удовлетворить спросы строительных, горнодобывающих и рудообробатывающих компаний, а так же производителей гидроинструмента мы планируем выпускать следующий спектр продукции:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Dy** | **Длина** | **№** | **dy** | **Длина** |
|  | **мм** | **мм** |  | **мм** | **мм** |
| **1** | 6 | 1200 | **11** | 16 | 900 |
| **2** | 8 | 1200 | **12** | 16 | 1100 |
| **3** | 12 | 450 | **13** | 16 | 1400 |
| **4** | 12 | 650 | **14** | 16 | 1700 |
| **5** | 12 | 850 | **15** | 16 | 1050 |
| **6** | 12 | 1050 | **16** | 20 | 850 |
| **7** | 12 | 1250 | **17** | 25 | 1150 |
| **8** | 12 | 1650 | **18** | 25 | 2500 |
| **9** | 12 | 1850 | **19** | 25 | 2750 |
| **10** | 16 | 1050 | **20** | 25 | 3150 |

### Упаковка

Каждый РВД планируется упаковывать в полиэтиленовый мешок повышенной прочности с этикеткой ЗАО «Ювэнк-Энерпред» для предотвращения воздействия на его поверхность каких-либо веществ. При партии продукции больше 50 шт. РВД будут помещаться в деревянные ящики для предотвращения воздействия на них каким-либо физическим способом. Кроме этого все РВД будут снабжены пластиковыми пробками для предотвращения попадания в внутрь РВД пыли и других веществ. Данные пробки отсутствуют при упаковке на многих РВД конкурентов, поэтому мы можем рассматривать их как преимущество наших РВД.

# Цена

### Образование Цены на Основе Себестоимости

При данном подходе, цены на нашу продукцию были сформированы исходя из анализа цен конкурентов-производителей аналогичной продукции и нашей собственной эффективности. Мы рассмотрели несколько поставщиков резиновых рукавов и фитингов, (поставщики и цены на их продукцию представлены в таблице-***приложении 2 и 3***), и выделили наиболее оптимальную комбинацию поставщиков фитингов и рукавов для получения наименьшей себестоимости для каждого вида продукции (***приложение 4***). Это позволило нам получить цены на продукцию учитывая рентабельность 15% находящиеся в районе, а в некоторых случаях ниже, средней отпускной цены РВД на рынке.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Диаметр РВД мм. | Цена ЗАО  "Ювэнк-Энерпред" | Среднерыночная цена | Разница в % |
| Dy6 | 135,59р. | 184,14р. | -26,37% |
| Dy8 | 150,57р. | 179,11р. | -15,93% |
| Dy12 | 181,21р. | 138,46р. | 30,88% |
| Dy16 | 215,58р. | 182,44р. | 18,16% |
| Dy20 | 321,93р. | 327,87р. | -1,81% |
| Dy25 | 533,30р. | 393,15р. | 35,65% |

При данном ценообразовании мы находимся в относительно выгодном положении на рынке гидроинструмента, так как цены на продукцию, которая требуется для этого сегмента Dy6 и Dy8, у нас ниже, чем у конкурентов. Относительно потребности в РВД горнодобывающих, рудообрабатывающих и строительных предприятий мы находимся в менее выгодном положении по отношению к средне рыночной цене, но планируем выровнять положение при освоении большего объема выпускаемой продукции. Так же мы рассчитываем на то, что среднерыночная цена РВД не будет сильно влиять на данный сегмент рынка, потому что предприятия этих отраслей сильно удалены друг от друга и от центров производства по территории и потребляют небольшое количество РВД в год. Как результат они не сильно заинтересованы в изучении рынка РВД и за частую, даже, не имеют такой возможности.

### Образование Цены на Основе Требований Рынка

ЗАО "Ювэнк-Энерпред" выходит на рынок РВД не предлагая никакого нового продукта, оно так же не усовершенствует какого либо старого, единственная причина выхода на рынок – это заполнение существующей ниши в регионе Восточной Сибири. Так же покупатель на данном рынке еще четко не сформирован, в связи с этим, а так же в связи с отсутствием, каких либо отличий от продукта конкурента, что бы захватить большую часть существующего рынка мы решили предлагать товар по более низким ценам, чем средняя цена конкурентов приблизительно на 10% ниже.

Мы планируем вести агрессивную политику захвата рынка Восточной Сибири. Это поможет нам дать достойный отпор за счет большей доли рынка в случае появления на рынке конкурента с более низкими ценами. Так же мы планируем активно использовать удаленность покупателей друг от друга, что затрудняет на время доступ и обмен информации о продукте конкурента.

### Выводы

В случае ценообразования на основе себестоимости мы получаем конкурентно способную продукцию только для рынка гидроинструмента, который уже нами освоен. Но для освоения рынков строительных, горнодобывающих и рудообрабатывающих компаний, мы получаем цену на продукцию, которая выше цены конкурентов. Поэтому мы решили использовать ценообразование на основе потребностей рынка, что позволит нам захватить рынок Восточной Сибири, на котором интенсивностью конкуренции маленькая. Мы планируем держать такой уровень цен около 6 месяцев, в течение которых будем вести агрессивную политику по продвижению наших РВД на существующий рынок. Затем мы планируем поднять цены до более рентабельных.

# Организация сбыта

Перед тем как описывать организацию сбыта мы охарактеризуем поведение покупателей в наших целевых сегментах. Производитель гидроинструмента «Энерпред» находится в непосредственной близости с ЗАО «Ювенк-Энерпред», поэтому практически никаких ограничений по доставке ему РВД нет. Что де касается строительных компаний, то они достаточно разбросаны по регионам, однако сосредоточены в крупных населенных пунктах с развитыми коммуникационными системами. Потребность в РВД у них существует круглый год, хотя в зимний период, когда объемы работ сокращаются, пропорционально сокращается и потребность РВД. Компании покупают рукава, только когда у них возникает такая потребность, поэтому они покупают небольшими партиями и разные рукава. Т.к. они покупают РВД только по потребности, а собственные запасы у них не велики, то, в условиях конкуренции, они не любят простоя техники из-за долгой доставки. Т.к. обычно выходят из строя не только РВД, но и еще какие-нибудь узлы, то компания «отправляется за покупками» сразу нескольких видов товаров. Особенно так поступают компании расположенные не в городах: отправляется машина, чтобы купить колеса, масло, ремни, прокладки, шпильки и др. запчасти, а также РВД. Те же предприятия, которые находятся в городе, могут заехать купить только пару РВД, но это происходит чрезвычайно редко, т.к. часто берут «прозапас», чтобы часто не ездить. Наконец, рудодобывающие предприятия действуют во многом наподобие строительным компаниям, которые расположены не в городах – они также любят делать централизованные большие закупки запчастей. Более того, т.к. добыча руды у многих предприятий сезонна (например, золота), то они часто закупают на весь сезон, зная примерно свою среднегодовую потребность. Отличительной характеристикой рудодобывающих предприятий является то, что большинство из них удалено от крупных городов и что они довольно разбросаны географически по целевым регионам.

Принимая во внимание поведение потребителей и выбранную нами стратегию, мы решили реализовывать продукцию сами непосредственно потребителям и через представительскую сеть родительской компании. Таким образом, будет всего две точки, обслуживающие целевые сегменты: производитель в Иркутске и представительство «Энерпреда» в Красноярске. Данный выбор объясняется следующим образом. В целевых сегментах находится много крупных компаний, которые делают закупки сравнительно большими партиями, поэтому продажи будут осуществляться, в основном, посредством личных продаж. Договорившись с клиентом о поставке, доставка будет вестись в соответствии с договором. В Красноярске будет поддерживаться постоянный запас рукавов, для удовлетворения спроса покупателей, которые покупают небольшими партиями и не любят долго ждать. Это в основном, небольшие строительные компании. Развивать более разветвленную сеть распространения РВД нет смысла и потому, что на этих рынках представительств конкурентов нет вообще. Поэтому всем крупным компаниям приходится заказывать РВД у производителей в других регионах, а это заставляет ждать. Появление производителя РВД в Иркутске привлечет многих покупателей Иркутской области только потому, что время доставки уменьшится, кроме этого уменьшится и стоимость доставки из-за меньшего расстояния. На покупателей в Красноярском крае это также скажется: присутствие в области представителя, к которому можно приехать и купить срочно необходимый рукав – это то, чего никогда не было в крае. Появление каналов, которые намного ближе существующих, будет, несомненно, конкурентным преимуществом «Ювенк-Энерпреда».

Доставка имеет мало значения для данного рынка. Во-первых, как уже было сказано, предприятия обычно сами приезжают за покупками в город, т.к. там где они расположены, других запчастей, которые им тоже нужны, нет. Поэтому они едут в областной или краевой центр, чтобы купить сразу несколько видов товаров. Т.к. это строительные и добывающие предприятия, то у них есть свой транспорт, на котором они и приезжают. Во-вторых, в данных сегментах много крупных предприятий, которые покупают большими партиями. Данные покупки оформляются в виде договора, где оговаривается и доставка. Если клиенту потребуется, чтобы ему доставили рукава, то предприятие сможет это выполнить, что, конечно, скажется на стоимости договора. Однако часто будут возможны такие договоры, где «Ювенк-Энерпред» доставляет до железной дороги, а клиент уже получает в другом пункте товар и отвозит, куда ему нужно.

# Продвижение товара

Особенность нашего целевого рынка такова, что это ограниченное число предприятий разной величины, расположение большинства которых нам известно. В связи с этим вырисовывается весьма определенный инструментарий для эффективного продвижения продукта. Во-первых, будет использоваться рассылка писем прямо целевым предприятиям. В письмах будет содержаться либо реклама продукта, либо уже конкретное деловое предложение. Будет использовать три типа рекламы на разных этапах жизненного цикла продукта. Первый тип будет просто знакомить покупателей с уже знакомым им продуктом, который теперь можно купить ближе и быстрее. Будет приводиться информация об ассортименте РВД, ценах, а также контактные телефоны и адреса. Данная реклама будет использоваться на начальном этапе для представления продукта.

Другой тип рекламы будет нацелен на сравнение и противопоставление РВД ЗАО «Ювенк-Энерпред» и РВД других производителей. В основном, противопоставление будет производиться РВД, произведенным по различным ТУ. Предприятия используют эти РВД как заменители РВД, произведенным по ГОСТ 6286-73 и ГОСТ 25452-90. Однако эти РВД не являются такими же долговечными, и приобретаются только из-за их дешевизны и доступности (как уже отмечалось, другие производители РВД по ГОСТ 6286-73 и ГОСТ 25452-90 не представлены на данном рынке, поэтому потребители либо лично заказывают РВД у них, что заставляет ждать и тратить б*о*льшие средства, либо покупать РВД, которые производятся по различным ТУ и которые, вообще-то, не следует использовать на данном виде техники). Поэтому целью данной рекламы будет разъяснение, что лучше использовать более дорогие, но долговечные РВД, чем менее дорогие, но недолговечные РВД. Объясняться будет то, что в итоге потребители будут в выигрыше, т.к. более долговечные РВД стоят дешевле в расчете на срок службы. (Например, на годовое обслуживание экскаватора требуется 10 различных РВД, произведенных по ГОСТ 6286-73 и ГОСТ 25452-90, или 15 РВД, произведенных по ТУ, но стоимость10 РВД меньше чем стоимость 15 РВД).

Последний тип рекламы будет носить напоминательный характер. Предприятиям будет рассылаться повторно письма с характеристиками и ценами РВД, а также контактные телефоны и адреса. Это будет в форме рекламы, либо в форме уже конкретного делового предложения. Форма будет зависеть от того, делал ли уже покупки потребитель или нет. Предприятиям, деятельность которых сезонна, будут рассылаться письма перед началом сезона – когда они делают покупки. Остальным же предприятиям письма будут рассылаться с различной периодичностью: раз в пол года или раз в квартал.

Выбранный тип рекламы является малозатратным и предоставляет большой охват потенциальных потребителей.

Кроме рекламы продвижение товара можно улучшить, участвуя в различных специализированных выставках. Некоторые покупатели не доверяют письмам и продолжают использовать уже проверенный источник. Посещение же выставки, где будут демонстрироваться различные образцы рукавов, а также проводиться их испытания, может изменить мнение о предлагаемом продукте. На выставках есть возможность рассказать о продукте более подробно, а также лично заинтересовать потребителя.

Каких-то специальных PR мероприятий мы не планируем проводить. Акцент здесь нужно делать на установление доверия и понимания. Это будет делаться путем работы с персоналом, который будет стараться удовлетворить все потребности клиента, а также путем производства качественной продукции, о чем будет постоянно упоминаться в рекламе и при личных встречах с покупателями. PR мероприятия не будут иметь какого-то значительного эффекта, потому что большинство предприятий не интересует, на сколько их поставщик социально ответственен или заботится об окружающей среде. Их больше интересует цена и доступность товара на рынке.

Тем не менее личным продажам будет уделяться должное внимание. Персонал должен будет отвечать на письма и звонки клиентов, встречаться с ними в офисе, при этом задачей персонала будет определять нужды, давать информацию и отвечать на вопросы потребителей с целью удовлетворения их запросов. Такой подход позволит привлечь тех потенциальных покупателей, которые «находятся в поиске», а также удержать существующих.

# Приложения

Приложение 1

***Конкуренты:***

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Завод** | **Город** | **Тел** | E-mail |
| 1 | Конаковский завод механизированного инструмента | Конаково (Тверская обл.) |  | kzmi@konakovo.tvcom.ru |
| 2 | Грязинский культиваторный завод | (Липецкая обл.) |  | omir@gw-gr.lipetsk.su |
| 3 | ЗАО "СТРОЙМАШСЕРВИС" | 127106, г. Москва, Алтуфьевское шоссе, 27А, | (905) 903-39-24, 903-69-58 | sms@sms7.ru |
| 4 | Аткарский машиностроительный завод "Ударник" | 412400, г. Аткарск, Саратовская обл., ул.Рабочая, 20 | (84552) 2-33-58  (84552) 2-43-89 | udarnik@time.saratov.su |
| 5 | ЗАО НПФ "ЮВЭНК" | 620024, Екатеринбург, ул. Симская, 1 | (3432) 25-84-05, 25-85-44 |  |
| 6 | Агрорембудкомплект |  | (044) 236-64-92 |  |
| 7 | АО "Курскрезинотехника" | 305013, г. Курск, пр. Ленинского Комсомола, дом 2. | (0712) 58-12-98 | vega@krtvs.kursk.ru |
| 8 | ТЕХПЛАСТ | г. Новосибирск, ул. 3-го Интернационала, 127; 630009, а/я 34 | (382-2) 66-52-14 | tplast@online.sinor.ru |
| 9 | ООО "ЭКСПО-Трейд" | Россия, Хабаровский край, 681000, г. Комсомольск-на-Амуре, ул. Лесозаводская, 6 | (42172) 4-38-53, 4-68-55 | admin@expo-trade.ru |
| 10 | УЧЕБНО-ИНЖИНИРИНГОВЫЙ ЦЕНТР | 454007, г.Челябинск, а/я 431 | (3512) 39-98-71, 39-95-00 | Lec@icc.tu-chel.ac.ru |
| 11 | ООО "ГидраПак 2000" | 454005, г. Челябинск, ул. Степана Разина, 1 | (3512) 37-97-22, 61-90-31,37-93-33 | khafiz@chel.surnet.ru |
| 12 | СДМ "Запчасть сервис", | г. Москва ул. Волоколамскре шоссе дом 73 | (095) 490-0618, 490-0609, 490-4891, Факс 490-41-98 | sdmzs@vniisdm.ru  sdm-zap-ser@mtu.ru |
| 13 | ЗАО «Майкоп нормаль» | 385000, Россия, Республика Адыгея, город Майкоп, улица Курганная, 302 | (87722) 2-18-32 | mnormal@istnet.ru. |
| 14 | ООО «Леотек-Центр» | Россия, 198035 Санкт-Петербург, ул. Шотландская, д.8 | тел.: (812) 303-9154, (812) 303-9156, (812) 303-9157.  Факс: (812) 114-9175 | info@leotec.ru |
| 15 | АО "Полимерснаб" | Россия, 117071, г.Москва,  ул. Орджоникидзе, д.12 | (095) 952-97-99, 952-67-80, 955-20-48 | **info@polimersnab.ru** |
| 16 | Великолукский завод "Лесхозмаш" | **Россия, 182100, Псковская область, Великие Луки, ул.Новослободская, 54** | **(81153) 7-44-29, 7-44-36,** Телефакс **(81153) 7-27-78** |  |
| 17 | Фирма "ЦИН" | г.Люберцы,ул.Волковская,69 | (095)554-1585, факс 554-1594 |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Приложение 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ***Цены, с НДС*** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | **6 мм** | | | **8 мм** | | |  | **10 мм** | | | **12 мм** | | | | | | **16 мм** | | | | | |
| ГОСТ | 6286-73 | | 25452-90 | 6286-73 | | 25452-90 | | 6286-73 | | 25452-90 | 6286-73 | | 25452-90 | | | | 6286-73 | | 25452-90 | | | |
| Кол-во оплеток | 1 | 2 |  | 1 | 2 |  |  | 1 | 2 |  | 1 | 2 |  |  |  |  | 1 | 2 |  |  |  |  |
| Давление (МПа) |  |  |  |  |  | *140* | *170* |  |  |  |  |  | *100* | *120* | *140* | *175* |  |  | *90* | *105* | *120* | *150* |
| *Наименование поставщика:* |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Уральский Завод РТИ** |  |  | 74,6 |  |  | 62,2 | 86,3 |  |  | 86,3 |  |  | 72,1 | 73,9 | 98,4 | 110,2 |  |  | 84,2 | 87,1 | 115,7 | 117,8 |
| **Леотек** | 49 | 65,5 |  | 54,8 | 70,3 |  |  | 62 | 82 | 231,3 | 73 | 95 |  |  |  | 251,3 | 83,8 | 114,8 |  |  |  | 303,5 |
| **Соликамский завод "Урал"** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **ООО "ЭКСПО-Трейд"** |  | 67,3 |  |  | 75,8 |  |  |  | 77,6 |  |  | 88,1 |  |  |  |  |  | 93,8 |  |  |  |  |
| **СП "Легпро-Интернешнл"** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 58,7 |  |  |  |  |  | 68,5 |  |  |  |  |  |
|  | **20 мм** | | | | | | | **25 мм** | | | | | **32 мм** | | |  |  |  |  |  |  |  |
| ГОСТ | 6286-73 | | 25452-90 | | | | | 6286-73 | | 25452-90 | | | 6286-73 | | 25452-90 |  |  |  |  |  |  |  |
| Кол-во оплеток | 1 | 2 |  |  |  |  |  | 1 | 2 |  |  |  | 1 | 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Давление (МПа) |  |  | *68* | *72* | *84* | *100* | *129* |  |  | *84* | *110* | *140* |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| *Наименование поставщика:* |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Уральский Завод РТИ** |  |  | 123,6 | 126 | 129,6 | 176,4 | 184,8 |  |  | 223,2 | 232 | 240 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Леотек** | 108 | 145,5 |  |  |  | 331,5 |  | 162 | 206,5 |  |  | 379,3 | 247,8 | 326,5 | 520,3 |  |  |  |  |  |  |  |
| **Соликамский завод "Урал"** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **ООО "ЭКСПО-Трейд"** |  | 150,6 |  |  |  |  |  |  | 198,5 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **СП "Легпро-Интернешнл"** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ***Приложение 3*** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Цены, с НДС | ДУ4 | ДУ6 | ДУ8 | ДУ10 | ДУ12 | ДУ16 | ДУ20 | ДУ25 | ДУ32 | ДУ38 |
| *Наименование поставщика:* |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **ОАО"ЗРДСМ"** |  |  |  | 104,48 | 117,36 | 180,84 | 242,86 |  |  |  |
| **ЗАО"СТО"** |  |  |  |  | 116,6 | 152,9 | 161,7 |  |  |  |
| **ЗАО"ИрМаш"** | 28,34 | 29,46 | 33,66 | 46,38 | 53,92 | 83,24 | 132,02 | 230,94 | 346,76 | 485,72 |
| **ОАО «Майкопнормаль»** |  |  |  | 52 | 58 | 69 | 102 | 204 |  |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| ***Приложение 4*** | |  |  |  |
| по ГОСТу 6286-73 | |  |  |  |
|  | Поставщики | |  |  |
|  | Фитингов | Рукавов |  |  |
| Dy6 | ЗАО"Энерпред" | Леотек |  |  |
| Dy8 | ЗАО"Энерпред" | Леотек |  |  |
| Dy10 | ЗАО"Энерпред" | Леотек |  |  |
| Dy12 | ЗАО"Энерпред" | Легп.-Инт. |  |  |
| Dy16 | ОАО «Майкопнормаль» | Легп.-Инт. |  |  |
| Dy20 | ОАО «Майкопнормаль» | Леотек |  |  |
| Dy25 | ОАО «Майкопнормаль» | Леотек |  |  |
| Dy32 | ЗАО"Энерпред" | Леотек |  |  |
| по ГОСТу 25452-90 | |  |  |  |
|  | Поставщики | |  |  |
|  | Фитингов | Рукавов |  |  |
| Dy6 | ЗАО"Энерпред" | Завод РТИ |  |  |
| Dy8 | ЗАО"Энерпред" | Завод РТИ |  |  |
| Dy10 | ЗАО"Энерпред" | Завод РТИ |  |  |
| Dy12 | ЗАО"Энерпред" | Завод РТИ |  |  |
| Dy16 | ОАО «Майкопнормаль» | Завод РТИ |  |  |
| Dy20 | ОАО «Майкопнормаль» | Завод РТИ |  |  |
| Dy25 | ОАО «Майкопнормаль» | Завод РТИ |  |  |
| Dy32 | ЗАО"Энерпред" | Леотек |  |  |
|  |  |  |  |  |
| ГОСТ 6286-73 (с НДС) за 1 м. | | ГОСТ 6286-73 (с НДС) за 1 м. | | |
| Dy6 | 120,68 | Dy6 | 154,02 |  |
| Dy8 | 133,88 | Dy8 | 174,87 |  |
| Dy12 | 165,96 | Dy12 | 232,9 |  |
| Dy16 | 198,44 | Dy16 | 262,59 |  |
| Dy20 | 292,99 | Dy20 | 381,91 |  |
| Dy25 | 496,83 | Dy25 | 598,23 |  |