

На правах рукописи

Жуковская Ирина Викторовна

**УПРАВЛЕНИЕ РЕГИОНАЛЬНЫМ РЫНКОМ
БЫТОВОЙ ГАЗОВОЙ АППАРАТУРЫ
В КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЕ**

Специальность 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством
(региональная экономика; экономика,
организация и управление предприятиями,
отраслями, комплексами – промышленность)

**Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук**

Ижевск– 2006

Работа выполнена в ГОУ ВПО «Казанский Государственный Технологический
Университет»

Научный руководитель – доктор экономических наук, профессор
Авилова Вилора Вадимовна

Официальные оппоненты: доктор экономических наук, профессор
Боткин Игорь Олегович

кандидат экономических наук, доцент
Макаров Александр Михайлович

Ведущая организация – Министерство экономики
и промышленности
Республики Татарстан

Защита состоится 12 сентября 2006 года в 13.00 на заседании диссертационного
совета ДМ 212.275.04 в ГОУ ВПО «Удмуртский государственный университет» по
адресу: 426034, Удмуртская республика, г. Ижевск, ул. Университетская, д.1, корпус 4,
ауд.431.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке ГОУ ВПО «Удмуртский
государственный университет».

Автореферат разослан 11 августа 2006 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета
кандидат экономических наук,
профессор

А.С. Баскин

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность исследования. Радикальные преобразования экономической системы России происходят на отраслевом и региональном уровнях. Формирование цивилизованного рынка и социально ориентированных рыночных отношений обуславливает необходимость изучения теоретических моделей рынка, как общегосударственного уровня, так и на уровне регионов.

В последние годы появилось значительное количество отечественных научных работ, посвященных макро- и микроэкономическим проблемам формирования и функционирования региональных рынков, а также развития рынка и рыночной инфраструктуры в условиях конкуренции.

Приспособление созданного в условиях административной экономики производственно-технологического потенциала предприятий регионального рынка к условиям конкурентной среды происходит не просто. Российский рынок товаров и услуг заметно изменился. Ассортимент товаров весьма широк и разнообразен, однако, подавляющая часть предлагаемых товаров импортного производства. Это заметно подрывает положение отечественных товаропроизводителей, которые не выдерживают конкуренцию с импортными производителями на рынке. Необходимость развития и поддержания отечественной промышленности на данном этапе реформирования экономики страны невозможно отрицать, так как от успеха отдельных предприятий зависит объем создаваемого валового национального продукта, социально-экономическое развитие общества, степень удовлетворенности в материальных и духовных благах населения страны.

В рамках системного изучения особенностей функционирования и тенденций развития региональных рынков, весьма перспективным является изучение рынка бытовой газовой аппаратуры. Рынок является новым и малоизученным, но в тоже время считается одним из наиболее динамично развивающихся и быстро растущих рынков в России, а потому и наиболее конкурентным. Одним из главных моментов положительной динамики развития рынка является национальный проект газификации регионов, который позволит существенно расширить границы рынка и увеличить объемы продаж газоиспользующей аппаратуры.

Для эффективной работы предприятий регионального рынка бытовой газовой аппаратуры, необходимо выполнение двух условий: первое, это создание благоприятной среды на макроуровне и второе, это решение проблем каждого предприятия в отдельности. Сегодня мы можем говорить о наметившейся тенденции стабилизации ситуации на макроуровне, но говорить о каких-либо заметных улучшениях внутри предприятий рано. Наряду с индивидуальными проблемами предприятий, существует ряд общих проблем, которые можно выделить в следующие группы: изношенность оборудования, дефицит денежных средств, отсутствие прочных связей с поставщиками, недостаток средств для найма квалифицированных кадров.

Рано или поздно государственные механизмы стимулирования промышленности будут разработаны, но уйдет время, и текущее положение предприятий может ухудшиться. В связи с этим необходима разработка программы развития регионального рынка бытовой газовой аппаратуры, а также создания механизма ее реализации, которая позволит решить эти проблемы.

Цель разработки такой программы состоит в том, чтобы на основе анализа современной ситуации и обобщения отечественного и зарубежного опыта смоделировать направления развития регионального рынка бытовой газовой аппаратуры и обеспечить их реализацию, направленную на достижение устойчивости функционирования данного рынка. Все это обусловило актуальность диссертационной работы.

Область исследования. Диссертационное исследование выполнено в соответствии пунктов 5.6 (Локальные рынки, их формирование, функционирование и взаимодействие; межрегиональная торговля) и 15.29 (Проблемы реструктуризации отраслей и предприятий промышленности) научных направлений паспорта специальностей ВАК 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством.

Степень разработанности проблемы. В диссертационной работе, в виде самостоятельного исследования и обобщения практического опыта, большое научное значение имеют труды ученых экономистов.

Исследование вопросов формирования и развития региональных рынков в конкурентной среде находит освещение в трудах отечественных ученых-экономистов: Шнипера Р.И., Новоселова А.С., Авдашевой С.Б., Розановой Н.М., Шерера Ф.М., Росса Д., Дмитриевой О.Г.;

- исследование рынка газоиспользующей аппаратуры частично проводилось в работе Капитоновой Ю.С.;

- проблемы макро и микроэкономического характера предприятий отраслевых рынков развиваются в работах В.С. Сутягина, Ю.В. Яременко, Синецкого Б.И., Попова А.И., А.Н. Семенова, О.М. Юня, Горфинкеля В.Я., а также работах Института макроэкономических исследований при Минэкономразвития России.

- исследование состояния и тенденций развития регионального рынка промышленной продукции в условиях конкуренции рассматриваются в работах Жирицкого А.К., Цвылева Р.И., Маневич В.О.;

- анализ функционирования предприятий, специализирующихся на выпуске газоиспользующей аппаратуры отражен в работах ученых Вигдорчик Е., Нецадиной А., Липсиц И., Эйкельпаш А., Рыбаковой Т., Каазер М.;

- в качестве дополнения в виде глубокого самостоятельного исследования и обобщения практического опыта большое научное значение имеют труды Д. Рикардо, В. Алдерсона, В. Лаунгардта, Х. Боса, А. Вебера, Т. Паландера, О. Энглендера, А. Леша, У. Изарда, Бреера Р., Брауна С., Ригли М., Гротевальда А., Дуди Е., Ревзана Д., А. Шоу и др.

В то же время вопросы определения приоритетных направлений развития рынка бытовой газовой аппаратуры на региональном уровне исследованы недостаточно полно. Дискуссионными и малоизученными остаются проблемы, связанные с формированием адекватного современным условиям механизма реализации газовой аппаратуры на региональном рынке, имеющем свои особенности, обусловленные высокой концентрацией конкурентной среды со стороны спроса.

Объект исследования - региональный рынок бытовой газовой аппаратуры.

Предмет исследования - совокупность социально-экономических и организационных отношений по формированию, повышению устойчивости функционирования и развитию рынка бытовой газовой аппаратуры на региональном уровне.

Цель и задачи диссертационного исследования. Цель диссертационной работы состоит в разработке концептуальных и методических подходов к исследованию

проблем формирования и функционирования регионального рынка бытовой газовой аппаратуры, а также моделирования перспектив его развития.

Согласно цели исследования, основными задачами работы являются:

- раскрыть экономическую сущность, основные условия и особенности функционирования регионального рынка бытовой газовой аппаратуры в конкурентной среде и определить его роль в социально – экономическом аспекте;
- провести анализ потенциальной емкости рынка бытовой газовой аппаратуры по регионам;
- построить многофакторную модель сегментирования целевых рынков, позволяющую спрогнозировать спрос на выпускаемый ассортимент продукции;
- провести комплексную оценку емкости рынка методом структурных характеристик, по объему производства и продаж и выборочным методом;
- определить методику расчета показателей конкурентоспособности бытовой газовой аппаратуры;
- исследовать стратегические аспекты развития рынка бытовой газовой аппаратуры и приоритетных направлений государственного регулирования данного рынка в регионе;
- обосновать концептуальные положения развития регионального рынка бытовой газовой аппаратуры по оцененному производственному, финансовому потенциалу продукции, сформировать на этой основе соответствующие предложения, направленные на рост конкурентоспособности его продукции, а также построить возможный сценарий развития каждого из сегментов рынка.

Теоретическую основу диссертации образуют научные труды отечественных и зарубежных ученых по проблемам функционирования и перспектив развития региональных рынков в конкурентной среде.

Методическую базу исследования составляют методологические принципы экономической диагностики: системный подход, динамический подход, учет региональной специфики, учет научно-технического прогресса в развитии региональных рынков; дифференциальный метод и комплексный методы оценки конкурентоспособности продукции.

Также использовались методы статистического анализа, методы построения аналитических таблиц и моделирования изучаемых процессов.

Информационной базой исследования явились данные отделов маркетинговых служб предприятий, информация экономического и статистического характера предприятий рынка бытовой газовой аппаратуры, бухгалтерская и статистическая отчетность предприятий, материалы органов государственной статистики РФ и РТ, справочно-информационные материалы, собственные исследования автора; ресурсы сети Internet, материалы научно - практических конференций и другие специализированные источники.

Основные научные результаты, полученные автором, и их новизна:
Научная новизна диссертационного исследования определяется следующими основными исследовательскими результатами:

- предложена модель стратегического освоения рынка бытовой газовой аппаратуры по ценовым сегментам;
- обоснованы критерии оценки емкости рынка и разработана методика расчета уровня конкурентоспособности бытовой газовой аппаратуры;
- разработана модель горизонтально – интегрированной структуры (холдинга), в которой предприятия превращаются в центры управления.
- выявлены основные факторы спроса, оказывающие влияние на рынок бытовой газовой аппаратуры.

Практическая значимость. Практическая значимость работы состоит в том, что использование теоретических положений и полученных практических результатов создают предпосылки для более эффективного функционирования, развития, расширения рынков сбыта продукции предприятий, производящих бытовую газовую аппаратуру.

Результаты диссертации могут быть использованы при чтении курсов лекций по региональной экономике, управлению и планированию экономического развития территориально – хозяйственных систем.

Достоверность содержащихся в диссертации подходов, выводов, рекомендаций подтверждается применением обоснованного методического инструментария, использованием и корректной обработкой большого объема статистического материала и практикой работы ОАО «Казанского завода газовой аппаратуры – Веста».

Апробация результатов исследования. Основные теоретические положения и результаты исследования представлены в 8 опубликованных работах, доложены на итоговых международных научно-практических конференциях Пензенского государственного университета, Оренбургского государственного университета, всероссийских научно – практических конференциях Башкирского государственного университета и кафедры экономики Казанского государственного технологического университета. Отдельные положения исследований использованы и внедрены в отделе сбыта и маркетинга, планово- экономическом и финансово- аналитическом отделах Казанского завода газовой аппаратуры - Веста.

Структура и объем работы. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы и приложений. Содержание работы изложено на 168 страницах машинописного текста, цифровой и графический материал представлен в 21 таблице, 12 рисунках, 3 приложениях. Список использованной литературы включает 151 наименование.

Основное содержание работы

Во введении к диссертационному исследованию аргументируется выбор темы, раскрывается ее актуальность, рассматривается степень ее разработанности в экономической литературе, формулируются цель и задачи, выделяется научная новизна и обосновывается практическая значимость исследования.

В первой главе «Теоретические основы функционирования региональных рынков в конкурентной среде» рассмотрены теоретические подходы и методологические принципы экономической диагностики исследования условий функционирования региональных рынков в условиях конкуренции. Также предложена методика расчета показателей конкурентоспособности бытовой газовой аппаратуры и рассмотрены основные методы оценки емкости рынка.

Во второй главе «Исследование особенностей функционирования регионального рынка бытовой газовой аппаратуры» рассмотрен процесс формирования изучаемого рынка в условиях конкуренции. Проведено исследование рынка встраиваемой бытовой газовой аппаратуры и выявлены особенности функционирования предприятий, производящих газовую аппаратуру, дана оценка их эффективности. Рассчитаны показатели конкурентоспособности бытовой газовой аппаратуры на примере трех крупных предприятий Поволжского региона: ОАО «КЗГА – Веста» (республика

Татарстан), ОАО «Волгоградский завод газовой аппаратуры и ФГУП «ППО ЭВТ» (г. Пенза). Для полного анализа конкурентоспособности исследована, как конкурентоспособность этих предприятий в целом, так и конкурентоспособность выпускаемой бытовой газовой аппаратуры.

В третьей главе «Моделирование развития регионального рынка бытовой газовой аппаратуры» обоснована динамика роста рынка бытовой газовой аппаратуры и его ценовых сегментов; разработаны поэтапные программные мероприятия, составляющие основу стратегии развития рынка бытовой газовой аппаратуры. Также сформирована и предложена группа первоочередных мер на макро и микроуровне по активизации деятельности предприятий регионального рынка газовой аппаратуры, предусматривающая выполнение мер по росту их конкурентоспособности в средне- и долгосрочной перспективе.

В заключении подводятся основные итоги исследования, сформулированы выводы и предложения.

2. ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ, ВЫНОСИМЫЕ НА ЗАЩИТУ

1. Предложена модель стратегического освоения рынка бытовой газовой аппаратуры по ценовым сегментам.

Основные производители рынка бытовой газовой аппаратуры (на примере газовых плит) представлены на рисунке 1.

К ним относятся 4 технологические группы предприятий:

- 1 группа – предприятия, имеющие современные западные технологии и находящаяся в ценовом сегменте среднего и высшего класса.
- 2 группа - предприятия имеющие технологии 90-х годов и находящиеся в ценовом сегменте низкого и среднего класса.
- 3 группа - предприятия имеющие технологии 80-х годов и находящиеся в ценовом сегменте низшего класса и среднего класса.
- 4 группа предприятия имеющие технологии 80-х годов и находящиеся в ценовом сегменте низшего класса и имеющие объемы производства не более 80 тысяч плит в год.

Безусловным лидером в данном списке является ОАО «Брестгазоаппарат», имеющий производственную мощность в 500000 плит в год и современное технологическое оборудование, практически не уступающее имеющимся западным образцам.

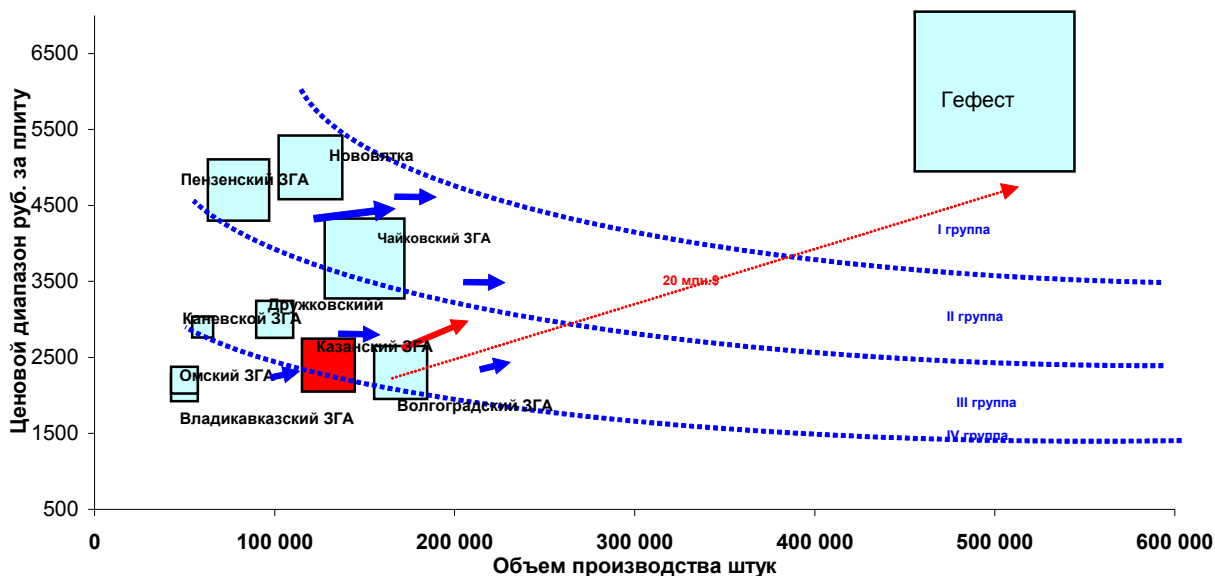


Рис. 1 Модель стратегического освоения рынка бытовой газовой аппаратуры по ценовым сегментам

- Размер квадрата на рисунке отражает объем реализации продукции в денежном выражении
-
Линия устанавливает границы технологических групп
- Направление стрелок характеризует передвижения в рамках выбранной предприятиями стратегий
- Стрелка показывает минимальный уровень инвестиций для преодоления технологического разрыва

Западные технологии уровня 90-х годов имеют два предприятия ДООАО «Газмаш» (г. Чайковский), ФГУП «ППП ЭВТ» г. Пенза. На базе ДООАО «Газмаш» в конце 90-х годов был построен на основе технологии и конструкции фирмы «СЕРЕМ» (Франция) современный завод мощностью около 250 тысяч плит в год. На базе ФГУП «ППП ЭВТ» г. Пенза был создан новый завод по производству бытовых плит закупленный у итальянской фирмы DeLONGHI. Относительно высокий уровень технологических мощностей имеет ОАО «Ново-Вятка» являющееся предприятием ОПК.

Технологии начала 90-х годов с включением ряда современных технологических линий имеют предприятия ООО «Каневской завод газовой аппаратуры» и «Дружковский завод газовой аппаратуры».

Оставшаяся часть предприятий по технологической оснащенности соответствуют уровню производства конца 70-х начала 80-х годов и имеют практически одинаковую технологическую структуру производства созданную на базе разработок министерства газовой промышленности СССР.

На рисунке 1 отчетливо видно, что для перехода из 3 в 1 группу минимальный уровень инвестиций должен составить около 20 миллионов долларов. Рассматривая необходимость технологического скачка в целях выигрыша конкурентной борьбы у предприятий 3 группы и опережения выхода во вторую группу, критический пороговый уровень инвестиций оценивается в размере не менее 5 миллионов долларов.

Для осуществления технологического рывка между соседними группами по ценовым сегментам необходим уровень инвестиций от 5 миллионов до 10 миллионов долларов.

Для активизации деятельности и улучшения условий функционирования, рассматриваемых нами 4х групп производителей, предложена и разработана программа стратегического развития предприятий регионального рынка бытовой газовой аппаратуры, включающая в себя: модернизацию и техническое перевооружение существующего производства, осуществление точечных инвестиций; совершенствование финансовой и кадровой структуры.

Основные направления стратегического плана развития рассматриваются на рисунке 2.

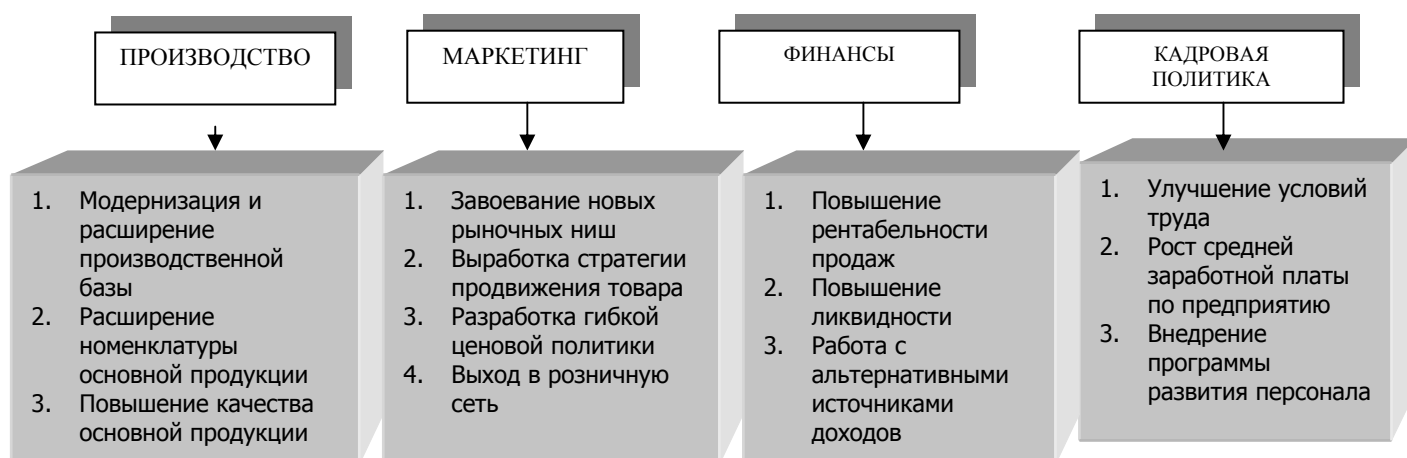


Рис. 2 Направления стратегического плана развития рынка бытовой газовой аппаратуры

Основными направлениями программы технического перевооружения предложен план модернизации производства до 2010 года (таблица 1).

Таблица 1

План модернизации производства до 2010 года

План график ввода в эксплуатацию	2006 г.		2007 г.		2008 г.		2009 г.		2010 г.		Стадия реализации
	1 полуг.	2 полуг.	1 полуг.	2 полуг.	1 полуг.	2 полуг.	1 полуг.	2 полуг.	1 полуг.	2 полуг.	
Линия обжига эмали											реализован
Линия нанесения эмали											Предварит. контракт
Линия подготовки поверхности											Предварит. контракт
Линия резки *											Разработка документации
Линия штамповки *											Разработка документации
Производство комплектующих и производство оснастки *											Разработка документации

(* -реализация данных этапов будет осуществляться только в случае успешной реализации предыдущих этапов).

В настоящее время этап по замене линии обжига эмали внедрен на ОАО «Казанский завод газовой аппаратуры». За исключением улучшения качественных характеристик выпускаемой продукции за счет ввода в эксплуатацию газовой печи по обжигу эмали, предприятие достигло следующих положительных эффектов.

Данные по фактическому снижению затрат от запуска линии обжига эмали приведены в таблице 2.

Таблица 2

Фактическое снижение затрат от запуска линии обжига эмали в месяц

	январь 2005 г.			январь 2006 г.			Экономия
	Кол-во	Тариф	Сумма	Кол-во	Тариф	Сумма	
Электроэнергия			907449			488941	418507
пиковая мощность КВТ	2602	160,8	418401,6	1600	160,8	257280	
потребление КВтч	1097256	0,45	489047	519770	0,45	231661	
Газ (тыс.м3)	134	859,9	115232	181,5	859,9	156079	-40847
	Кол-во	Сред.зп	Налоги	Сумма			
Сокращение численности	9	3980	1452,7	48894,3			48894
Ликвидация 3 смены				16210,2			16210,2
ВСЕГО							442764

Основным источником инвестиций по 1-3 этапам модернизации предполагается привлечение заемных средств на всю сумму реализуемых инвестиций. Реализация 4-6 этапов предполагается осуществлять частично на основе собственной прибыли предприятий и с привлечением заемного капитала только в случае погашения предыдущих кредитов. Предполагаемая сумма инвестиций должна составить по плану графику осуществления инвестиций, представленному в таблице 3.

Таблица 3

План график осуществления инвестиций

Сумма инвестиций млн.руб.	2005 г. факт		2006 г. план		2007 г. прогноз.		2008 г. прогноз.		2009 г. прогноз.		2010 г. прогноз.	
	1 полуг.	2 полуг.	1 полуг.	2 полуг.	1 полуг.	2 полуг.	1 полуг.	2 полуг.	1 полуг.	2 полуг.	1 полуг.	2 полуг.
Линия обжига эмали		22										
Линия нанесения эмали			37									
Линия подготовки поверхности				23								
Линия резки *									18			
Линия штамповки *							10	25	25			
Производство комплектующих *				5					5	5	5	5

Главной задачей проекта технического перевооружения производства и модернизации технологического оборудования является повышение рентабельности производства за счет выпуска продукции со значительным изменением качественных характеристик при незначительном росте ее себестоимости.

Проект разбит на 3 основных этапа в соответствии с разбиением на технологические линии:

1 этап - линия обжига эмали,

2 этап - линия нанесения эмали,

3 этап - линия подготовки поверхности. Общая стоимость проекта по переоборудованию линии эмалирования (инвестиционные затраты) составляет 90 млн. рублей.

2. Обоснованы критерии оценки емкости рынка и разработана методика расчета уровня конкурентоспособности бытовой газовой аппаратуры.

Предложены следующие методы оценки емкости рынка бытовой газовой аппаратуры:

1) на основе структурных характеристик:

$$V = \Pi + И - Э + (Ои - 0к) + (Зи - Зк) \quad (1)$$

$$И=И_0+И_к+И_с, \quad (2)$$

2) по объемам производства выборочным методом:

$$V=\Sigma(\Pi_1 * K_1) \quad (3)$$

3) по нормам расходования и потребления:

$$V=Н_1 * Ч_{общ}. \quad (4)$$

4) по объемам продаж.

$$V=V_{перв}+V_{повт}+V_{допол} \quad (5)$$

5) На основе коэффициентов приведения объема продаж:

$$V=V_0 * K_1 * K_2 * K_3 + K_n, \quad (6)$$

где $Z_и$ — объем запасов на начало периода; $Z_к$ — объем запасов на конец периода; $O_и$ — объем остатков на начало периода; $O_к$ — объем остатков на конец периода; $И$ — импорт; $Э$ — экспорт; Π — объемы производства товаров; n — количество производителей; $Н_1$ — норма потребления на одного потребителя, $Ч_{общ}$ — общая численность потребителей; $V_{перв}$, $повт$, $допол$ — объем первичных, повторных и дополнительных продаж; K_1 — коэффициенты приведения продаж; V_0 — емкость известного рынка, с которым можно проводить соответствующее сравнение рынка изучаемого.

В результате обработки оценок емкости рынка бытовой газовой аппаратуры, полученных разными методами, их значения усреднялись, и проводилась стандартная процедура взвешивания.

Оценку конкурентоспособности рынка бытовой газовой аппаратуры предложено проводить дифференциальным и комплексным методами.

$$g = P_i / P_{i0} * 100\% \quad (i=1,2,3,\dots,n), \quad (7)$$

по нормативным параметрам:

$$I_{нп} = \sum_{i=1}^n P_{q_{hi}} \quad (8)$$

по техническим параметрам:

$$I_{тп} = \sum q_i * a_i \quad (9)$$

по экономическим параметрам:

$$Z = Z_c + \sum_{i=1}^T C_i, \quad (10)$$

$$C_i = \sum_{j=1}^n C_j, \quad (11)$$

интегральный показатель рассчитывается:

$$K = I_{\text{нп}} * (I_{\text{тп}}/I_{\text{эп}}) \quad (12)$$

Где q_i - единичный параметрический показатель конкурентоспособности по i параметру; P_i - величина i -го параметра для анализируемой продукции; P_{i0} - величина i -го параметра, при котором потребность удовлетворяется полностью; n - количество параметров; где $I_{\text{нп}}$ - групповой показатель по нормативным параметрам; $q_{\text{нп}i}$ - единичный показатель по i -му нормативному параметру; $I_{\text{тп}}$ - показатель по техническим параметрам; q_i - единичный показатель по i -му техническому параметру; Z - полные затраты потребителя на эксплуатацию продукции; Z_c - единовременные затраты на приобретение продукции; C_i - средние суммарные затраты на эксплуатацию продукции, относящиеся к i -му году ее службы; T - срок службы; i - год по порядку; C_j - эксплуатационные затраты по j -ой статье.

3. Разработана модель горизонтально – интегрированной структуры (холдинга), в котором предприятия превращаются в центры управления.

Примером исследования послужили три крупных предприятия Поволжского региона – это ОАО «Казанский завод газовой аппаратуры - Веста», ОАО «Волгогазоаппарат», ФГУП «ППО ЭВТ» Пенза.

Предположительная функциональная структура холдинга отображена следующим образом:

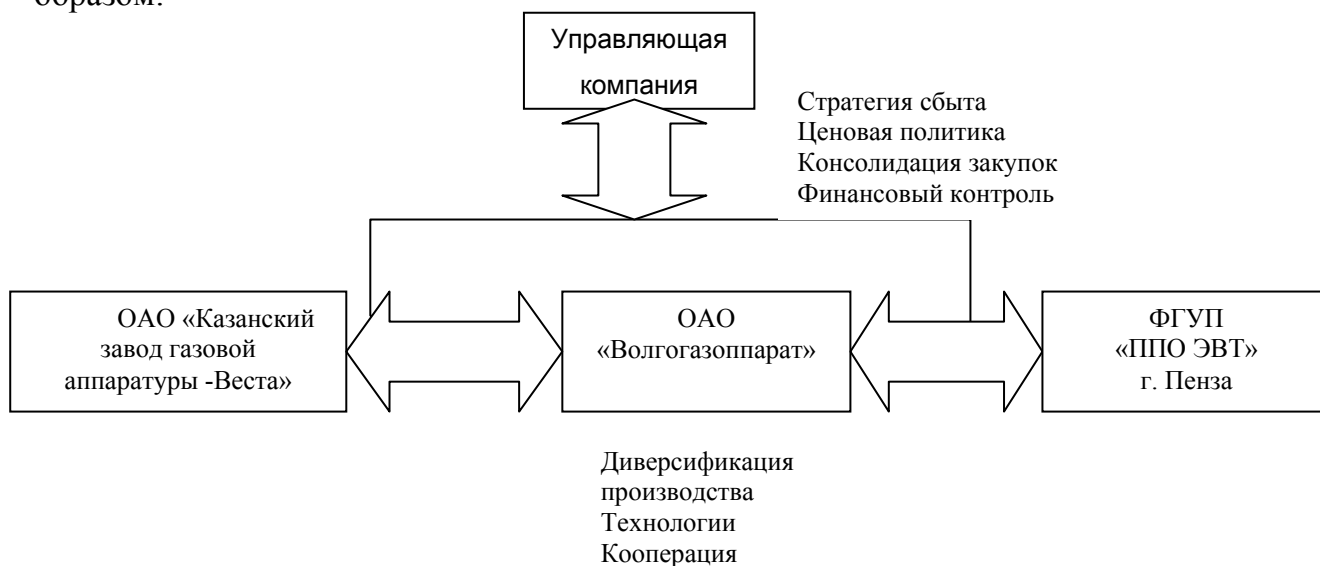


Рис. 3. Горизонтально - интегрированная структура

Целью создания холдинга является: завоевание, и контроль рынка сбыта бытовой газовой аппаратуры в средней и низшей ценовой категории; увеличение доли рынка и снижение издержек производства; освоение новых рыночных ниш.

Положительные моменты создания горизонтально интегрированного холдинга в рамках объединения предприятий, производящих газовую аппаратуру, следующие:

- увеличение доли рынка бытовой газовой аппаратуры в нижнем и среднем ценовом сегментах до 34 %;
- повышение рентабельности продаж в пределах своего ценового диапазона;
- снижение издержек за счет комплексного управления маркетингом, снабжением, производственно-экономическим планированием;
- возможность влияния на поставщиков за счет осуществления комплексных закупок сырья, материалов и комплектующих
- использование преимуществ диверсификации производства между предприятиями;
- расширение модельного ряда выпускаемой продукции.

К возможным рискам относятся следующие факторы:

- нестабильность рынка;
- оживление конкурентов (Омский завод газовой аппаратуры, Владикавказский ЗГА, Воткинский ЗГА);
- объединение крупных дилеров с целью недопущения значительного роста цен;
- противоборство со стороны акционеров (трудовой коллектив ОАО «Волгогазоаппарат» и ФГУП «ППО ЭВТ»);

К допустимым вариантам создания холдинга относятся следующие:

- передача в трастовое управление управляющей компании пакета акций;
- взаимный обмен акциями на акции управляющей компании;
- выкуп акций ОАО «Волгогазоаппарат» и ФГУП «ППО ЭВТ».

4. Выявлены основные факторы спроса, оказывающие влияние на рынок бытовой газовой аппаратуры.

К ним относятся три основных фактора:

- фактор спроса, связанный со значительным износом уже используемой бытовой газовой аппаратуры и газовых плит из-за длительного периода их эксплуатации;
- фактор спроса, связанный с увеличением темпов жилищного строительства;
- фактор спроса, связанный с ростом доходов населения.

По оценке специалистов газового хозяйства только в г. Казани в 2005 году использовалось 70 тысяч единиц бытовой газовой аппаратуры с просроченным сроком эксплуатации и не подлежащих ремонту. Это говорит о возможности расширения рынков сбыта продукции через розничную сеть многих регионов России.

При резком снижении спроса на бытовую газовую аппаратуру, в частности газовые плиты в период с 2000 по 2003 годы, связанным с сокращением темпов жилищного строительства и низкой покупательной способностью населения, уже в 2004 - 2005 годах ситуация значительно изменилась.

В настоящий момент темпы роста жилищного строительства в РФ достигают порядка 30-35 млн.кв.м. возводимого жилья в год. Из данного объема на рынок типового жилищного строительства приходится около 20 млн.кв.м, что составляет годовую потребность в газовых плитах порядка 300-350 тысяч штук в год.

Необходимый объем вводимого жилья составляет, по оценке Госстроя РФ, не менее 120 млн.кв.м. в год, в связи с этим Правительством РФ разрабатывается программа по достижению данных объемов строительства. Указанный прогнозируемый объем к 2007 году должен распределиться в пропорции 30 % на 70 %, где 30 % придется на государственного заказчика, 70 % на строительство для потребностей частных заказчиков по схемам долевого, ипотечного кредитования и обычных продаж квартир - все это обуславливает необходимость увеличения реализации продукции бытовой газовой аппаратуры.

В связи с постепенным ростом своего благосостояния, потребители начинают предъявлять новые требования к продукции по таким показателям, как технический уровень, эргономические и эстетические характеристики.

Исследования показали, что основными потребителями рынка бытовой газовой аппаратуры, в частности бытовых газовых плит являются:

- городское население с низким и средним уровнем дохода, приобретающее плиты при выходе из строя старой плиты, либо при переезде на новое место жительства;

- городское население со средним и высоким уровнем дохода, приобретающее плиты для загородных домов;
- жители сельской местности с невысоким уровнем дохода.

В таблице 4 представлены результаты опроса предпочтений покупателей бытовой газовой аппаратуры на примере газовых плит в трех крупных городах Поволжского федерального округа: Казань, Пенза, и Волгоград.

Таблица 4

Приоритетность критериев выбора газовой плиты в зависимости от уровня дохода

Уровень дохода	Менее 3000 рублей / в месяц		От 3000 до 5000 рублей / в месяц		От 5000 до 10000 рублей / в месяц		Более 10000 рублей / в месяц	
	к-во	% опрошенных	к-во	% опр-х	к-во	% опр-х	к-во	% опр-х
Количество респондентов	168	100	141	100	142	100	170	100
Цена	57	34	38	27	36	25	31	18
Производитель	24	14	32	23	22	15	33	19
Дизайн	47	28	45	32	45	32	54	32
Габариты	9	5	8	6	15	11	14	8
Наличие доп. функций	31	18	18	13	24	17	38	22

Проведенный анализ показывает, что предприятия, функционирующие сегодня на рынке, имеют обеспеченный сбыт в рамках достигнутых объемов производства и располагают возможностями его наращивания без ожесточения конкурентной борьбы. Это значит, что отсутствуют видимые факторы внешней среды, оказывающие негативное воздействие на развитие предприятий.

Формирование факторов и распределение бытовой газовой аппаратуры (на примере газовых плит) по ценовым сегментам представлено на рисунке 4.

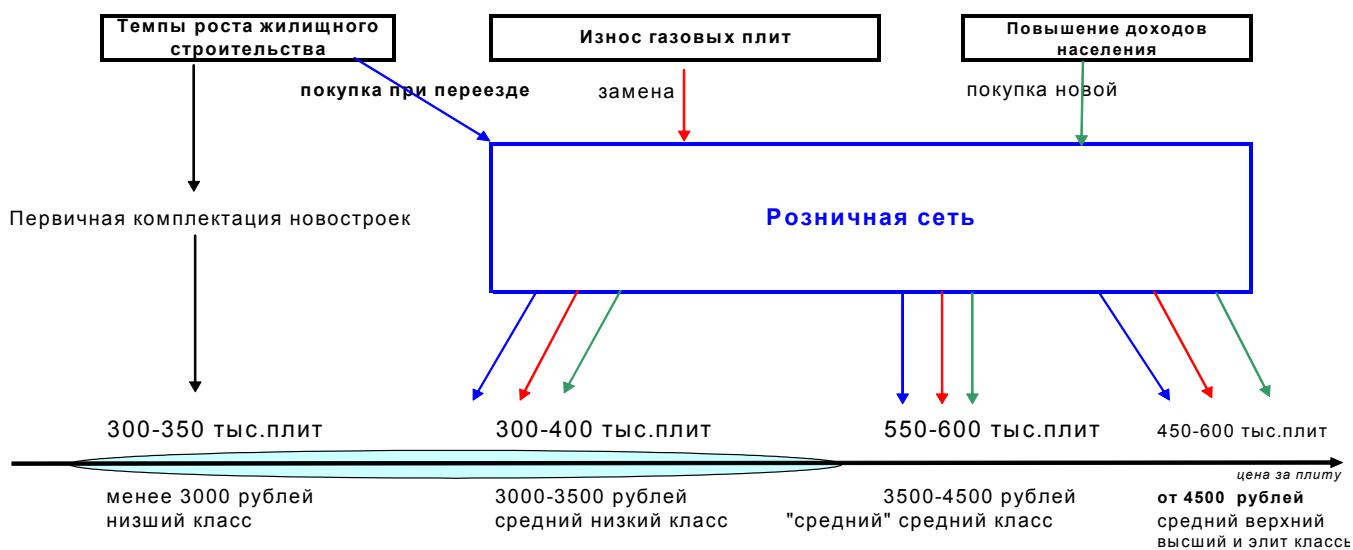


Рис. 4. Формирование факторов спроса по ценовым сегментам рынка (на примере бытовых газовых плит).

В настоящее время одним из самых негативных факторов влияющих на реализацию бытовой газовой аппаратуры является сильная подверженность сезонности спроса. Одним из основных вариантов сглаживания этой зависимости является поддержка объемов реализации за счет материальной базы дилеров. В связи с этим нами были разработаны и предложены следующие мероприятия:

1. установление дилерам минимального объема выборки продукции в месяц. Внести в дилерский договор дополнительный пункт, об обязательстве дилеров приобретать ежемесячно жестко регламентируемый минимальный объем продукции. При разработке данного пункта учтены индивидуальные особенности каждого дилера и его региона (материально-техническая база, емкость и экономические факторы данного региона и т.д.).

2. мотивация дилеров для сглаживания более жестких условий работы. Элементы мотивации могут использоваться как отдельно, так и в совокупности (пересмотр предлагаемых скидок, увеличение отсрочки платежа, помощь в приобретении запчастей, предоставление эксклюзивного права в регионе, рекламно-выставочная поддержка, награждение и премирование дилеров (за самый большой объем продаж, за самый большой прирост объема продаж и т.д.).

К дилерам, предоставившим краткосрочный (3-6 месяцев), бизнес план по увеличению объемов реализации, но в силу своих материально-технических особенностей, не имеющих возможность самостоятельно их реализовать, может быть применена программа поддержки. Программа поддержки может включать в себя увеличение объемов скидок, дополнительной отсрочки платежа и усиление рекламно-выставочной поддержки согласно совместному обсуждению бизнес плана и сроков его реализации.

С целью увеличения качества и объемов продаж бытовой газовой аппаратуры, мы считаем целесообразным использование сети розничной торговли. Основным положительным показателем является снижение посредников при движении продукции к конечному потребителю. Благодаря этому качественно изменится связь между заводом - производителем и конечными потребителями. Через розничную сеть будет поступать своевременная информация об отношении потребителей к продукции, предпочтения, пожелания и рекламации. Немаловажен и экономический фактор - снижение числа посредников снизит издержки, накладываемые на конечную цену, тем самым увеличит конкурентоспособность по цене и доступность продукции.

Учитывая, что основным конкурентным преимуществом на рынке бытовой газовой аппаратуры и оборудования является цена, сформулирован ряд следующих мероприятий. Данные мероприятия выражаются, прежде всего, в интенсификации процесса производства без наращивания излишней численности персонала; переходом на закупки сырья и комплектующих непосредственно у производителей; освоением выпуска ряда комплектующих непосредственно на самом предприятии. Существенным аспектом является также увеличение выпуска продукции, которое, в свою очередь, влияет на сокращение доли постоянных расходов в себестоимости продукции.

3. СПИСОК ПУБЛИКАЦИЙ ПО ТЕМЕ ДИСЕРТАЦИИ

1. Жуковская И.В. Особенности функционирования российского рынка газовых плит: сегодня и завтра. Доклады и тезисы Международной научно-практической конференции 27-29 мая 2004. Часть II. – Уфа: Изд-во РИО БашГУ – 2004, с. 162-166.

2. Жуковская И.В. Перспективы развития маркетингового исследования на предприятиях машиностроительного комплекса. Сборник трудов по материалам Международной научной конференции.- Оренбург. Изд-во ИПК ОГУ, 2004, с. 395-400.

3. Жуковская И.В. Российская действительность и ее воздействие на функционирование промышленных предприятий. Сборник материалов Международной научно – практической конференции.- Пенза. Изд-во РИО ПГСХА, 2005, с. 119-120.

4. Жуковская И.В. Проблемы адаптации предприятий машиностроительного комплекса к условиям рынка и пути их решения. Сборник материалов Международной научно – практической конференции.- Пенза. Изд-во РИО ПГСХА, 2005, с. 116-119..

5. Жуковская И.В. Оценка приоритетов потенциальной емкости регионального рынка газовой аппаратуры. Сборник материалов Международной научно – практической конференции.- Пенза. Изд-во Приволжский Дом знаний, 2005, с.98-101.

6. Жуковская И.В. Решение микро- и макроэкономических проблем предприятий машиностроительного комплекса как фактор роста промышленности и безопасности экономики. Сборник материалов Международной научно – практической конференции.- Пенза. Изд-во Приволжский Дом знаний, 2005, с.101-104.

7. Жуковская И.В. Геоинформационная система – мощный инструмент поддержки управленческих решений на предприятии. Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции. – Пенза. Изд-во НОУ Приволжский Дом знаний, 2006, с 17-19.

8. Жуковская И.В. Использование SWOT – анализа как элемента управленческого исследования на предприятиях машиностроения. Сборник материалов Всероссийской научно- практической конференции. – Пенза. Изд-во НОУ Приволжский Дом знаний, 2006, с. 19-22.

9. Жуковская И.В. Моделирование развития регионального рынка бытовой газовой аппаратуры. Брошюра.– Казань – Ижевск: Изд-во УрО РАН, 2006, 40 с.