

АУДИТ РЫНКА И МИКРООКРУЖЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ СПИЧЕЧНОЙ ФАБРИКИ ЗАО «ХОЛДИНГОВАЯ КОМПАНИЯ «ПИНСКДРЕВ»

В процессе своей деятельности любая организация ощущает на себе влияние внешней среды. Внешняя среда – совокупность изменяющихся факторов, которые находятся за границами фирмы и не оказываются под воздействия ее менеджмента.

Внешняя среда прямого воздействия включает в себя организации и людей, которые могут вступать в контакт с фирмой, оказывая на нее воздействие в силу выполняемых ими задач. Рынок, как фактор прямого воздействия, оказывает наиболее сильное давление.

Косвенное воздействие внешней среды осуществляется факторами и условиями, прямо не влияющими на деятельность фирмы. Однако они определяют стратегически важные решения, принимаемые ее руководством [1, с. 82-84].

Получается, что анализ внешней среды включает 2 этапа [2, с. 33-34]:

- анализ микросреды (поставщики, потребители, акционеры, конкуренты, союзы и общества по интересам, различные контролирующие органы, местные органы власти);
- анализ макросреды (политические, экономические, социально-культурные, технологические и экологические факторы).

Непосредственное окружение, представленное факторами микросреды, изучается для анализа состояния фирмы и прогнозирования тех составляющих внешней среды, с которыми организация находится в постоянном взаимодействии.

Здесь важно отметить, что предприятие может в некоторой степени даже корректировать характер и содержание этого взаимодействия. Таким образом, организация активно участвует как в формировании дополнительных возможностей, так и в предотвращении угроз ее дальнейшему существованию [3, с. 94].

Пока у предприятия дела идут хорошо, руководитель не видит потребности в проведении маркетингового аудита. Когда же начинают уменьшаться объемы сбыта, снижается прибыль, теряются доли рынка, руководитель осознает необходимость его проведения. Аудит маркетинга – это периодический и всесторонний анализ маркетинговых операций [4, с. 252-255].

Закрытое акционерное общество «Холдинговая компания «Пинскдрев» (ЗАО «ХК «Пинскдрев») – старейшее предприятие в городе Пинске и крупнейший деревообрабатывающий холдинг в современной Европе. За историю своего становления компания смогла организовать практически полный цикл деревообработки – начиная от лесозаготовок и заканчивая выходом конечного продукта: фанеры, спичек, ДСП, пиломатериалов, топливно-древесных гранул и, конечно же, мебели [5]. Стратегически важным является выпуск мебели (69%), фанеры (17%) и спичек (6%).

ЗАО «ХК «Пинскдрев» – современное производство с разветвленной инфраструктурой. Одним из структурных отделов компании является деревообрабатывающий комбинат, в состав которого входят такие стратегические бизнес-единицы (СБЕ): фанерный завод, СООО «Пинскдрев-ДСП», спичечная фабрика, лесопильный завод, управление производственно-технической комплектации.

Спичечная фабрика холдинга поставляет [5]:

- спички бытовые четвертого формата 2/3 (среднее наполнение спичек в коробке 40 штук);
- хозяйственные спички восьмого формата (наименьшее наполнение спичек в отдельных коробках 1000 штук);
- спички по заказу, т. е. россыпью (среднее наполнение 88000 штук в ящике).

Для комплексного изучения микроокружения СБЕ спичечная фабрика был проведен анализ рынка, потребителей, конкурентов, поставщиков.

Рынок спичек СБЕ характеризуется экспортной направленностью – более 60% ежегодно составляет экспорт. Соответственно на рынок РБ приходится около 40% поставок. Анализируя показатели белорусского рынка спичек, можно сделать вывод о том, что потребление спичек на душу населения снижается (мировая тенденция).

Доля спичечной фабрики на внутреннем рынке составляет около 80%. Достичь таких результатов

проникновения позволили не только выгодные условия при работе с оптовыми покупателями и активная работа торговых представительств, но и значительное снижение объемов производимой продукции основных конкурентов.

В структуре экспорта 99% приходится на страны ближнего зарубежья (БЗ) и лишь 1% – на страны дальнего зарубежья (ДЗ). В настоящее время видна тенденция перераспределения рынка, которая приводит к увеличению поставок в страны-участницы Таможенного союза, а также азиатские регионы. Каждый из рынков сбыта спичек имеет свои особенности работы.

Следует отметить, что на рынках Казахстана и России значительную роль играет не только цена спичек, но и их качество, условия и оперативность поставок. Такие рынки как Кыргызстан, Туркмения, Молдова характеризуются большой чувствительностью к цене. На данных рынках присутствуют в больших объемах спички российского, пакистанского и китайского производства.

Покупатели стран ДЗ (Румыния, Польша) предъявляют определенные требования к продукции. Явное преимущество в экспортных поставках на данные рынки имеет спичечная фабрика «Пинскдрев», которая может предложить покупателям выбор этикеток, упаковки и др.

Вообще, в основном спички СБЕ приобретают оптовые покупатели, при этом около 80% объема реализации спичек обеспечивают 7 фирм.

Конкуренцию спичечной фабрике составляют белорусские и российские производители спичек. Следует отметить, что влияние конкурентов на каждом из рынков сбыта, различно. Так на рынке Беларуси работает только 2 отечественных производителя спичек и по официальным данным концерна «Беллесбумпром» лидирующие позиции на рынке принадлежат спичечной фабрике «Пинскдрев», чему во многом способствует фирменная торговая сеть по РБ.

Более жесткая конкуренция разворачивается на внешних рынках, где конкуренцию составляют российские предприятия-производители. Иногда их основное преимущество заключается в банальной географической близости (т. е. упрощении процедуры поставки), а также в гибкой системе ценообразования.

Единственным белорусским конкурентом СБЕ выступает ЗАО «Борисовдрев». А основную конкуренцию на зарубежных рынках определяют разные предприятия: ЗАО «Плитспичпром» г. Балабаново, ЗАО «Фэско» г. Череповец, ЗАО «Белка-Фаворит» п. Первомайский, ООО «Сибирь» г. Томск.

Спичечная фабрика тесно сотрудничает с поставщиками, надёжность которых проверена временем, поскольку химические компоненты для производства спичек импортируются.

Основные преимущества СБЕ спичечная фабрика следующие:

- современная система менеджмента качества;
- изготовление спичек по заказу клиентов (разный цвет головки, различные этикетки, упаковки);
- развитая фирменная торговля в Республике Беларусь и товаропроводящая сеть за рубежом;
- высокое качество обслуживания клиентов (своевременное выполнение обязательств по поставкам, изучение степени удовлетворенности потребителей продукцией);
- широкая известность предприятия.

В качестве предложений по сбыту спичек можно отметить:

1. изготовление каминных спичек (например, длина спички 20 см, 40 штук в коробке), которые будут использоваться на природе и в домашнем хозяйстве, а также их можно подарить в качестве сувенира. Такая спичка горит около двух минут и благодаря своей длине ей нельзя обжечься;

2. изготовление фирменных спичек, т. е. спички с символикой ресторанов, кафе, баров и т.д. Могут распространяться как сувенир от лица компании на банкетах, корпоративных вечеринках, различных юбилеях, и иных мероприятиях.

Таким образом, получили, что СБЕ спичечная фабрика ЗАО «ХК «Пинскдрев», является лидером по производству спичек в Республике Беларусь. Основной объем реализации спичек достигается за счет продаж крупным оптовым организациям, которые в основном занимаются только оптовыми поставками. Наличие широко разветвленной товаропроводящей сети позволяет выгодно позиционировать продукцию на зарубежных рынках и занимать там достойное положение, несмотря на присутствие конкурентов. А власть поставщиков уравновешивается их надежностью и длительными взаимоотношениями.

Список литературы:

1. Вертай, С. П. Стратегический маркетинг: электронный учебно-методический комплекс / С. П. Вертай, А. В. Онищук. – Пинск: ПолесГУ, 2014. – 278 с.
2. Антонов, Г. Д. Стратегическое управление организацией: учеб. пособие / Г. Д. Антонов, О. П. Иванова, В. М. Тумин. – М.:ИНФРА-М, 2014. – 239 с.
3. Баринов, В. А. Стратегический менеджмент: учеб. пособие / В. А. Баринов, В. Л. Харченко. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 285 с.
4. Кутузова, Т. Ю. Управление маркетингом / Кутузова Т. Ю. – М.: Весь Мир, 2013. – 256 с.
5. Интернет-магазин экологичной мебели от Белорусского производителя [Электронный ресурс] / ЗАО «Холдинговая компания «Пинскдрев». – Режим доступа: <http://www.pinskdrev.by>. – Дата доступа: 16.11.2016.