

О НЕОБХОДИМОСТИ МОНИТОРИНГА ТОВАРНЫХ РЫНКОВ ПРЕДПРИЯТИЙ

А. А. Овсянникова, Е. Ф. Топчевская

*Гомельский государственный технический университет
имени П. О. Сухого, Республика Беларусь*

Неудачи в бизнесе большинства промышленных предприятий нашей страны складываются из незнания рыночных факторов гораздо чаще, чем от производственных и технических. Следовательно, маркетинговая деятельность предприятий в современных условиях имеет исключительное значение. Именно маркетинг обеспечивает заблаговременную координацию производства и сбыта, приспособленности продукции к динамике рынка и рынка к продукции предприятия, дает возможность определить выгодные сегменты, инициирует инновационную деятельность и диверсификацию производства с учетом спроса и предложения, возможностей производителя.

Однако процесс адаптации к рыночным условиям происходит с большими трудностями для многих промышленных предприятий: более двух третей из них по формальным и неформальным признакам являются потенциальными банкротами. Не исключение и ОАО «Светлогорский ЦКК» – крупный игрок на рынке целлюлозно-бумажной продукции как в нашей стране, так и за ее пределами. В последние годы предприятие работает неэффективно и для изменения ситуации в положительную сторону необходимо детальное исследование рынка при помощи сбора, обработки и анализа экономической информации.

С целью выявления всех факторов, оказывающих негативное воздействие на предприятие, провели маркетинговое исследование, показавшее, что многие проблемы напрямую связаны с производственной деятельностью. В этой ситуации особенно актуальным становится вопрос о необходимости реструктуризации производственной деятельности предприятия, но лишь 28 % руководителей, из общего числа опрошенных, видят в ней инструмент выхода из кризисного положения. С другой стороны, по данным маркетинговых исследований Центра экономической конъюнктуры, большинство руководителей промышленных предприятий среди главных факторов, ограничивающих их деловую активность, выделяют:

- недостаток денежных средств (56 %);
- неопределенность экономической обстановки (20 %);
- отсутствие надлежащего оборудования (18 %);
- недостаточный спрос на продукцию внутри страны (43 %) и за рубежом (13 %);
- высокую конкуренцию со стороны зарубежных производителей (17 %).

Данные исследования наглядно свидетельствуют о том, что многие из тех трудностей, с которыми столкнулись отечественные предприятия в производственной сфере, имеют прямое или косвенное отношение к маркетинговой составляющей, к таким ее элементам, как определение емкости рынка (величины платежеспособного спроса на продукцию), анализа ценовой и распределительной политики конкурентов, изучения потребителей и взаимоотношений с контрагентами.

На современном этапе развития экономики объективно сложилась потребность в новых подходах к сбору, обработке и анализу информации о быстро меняющихся во времени сложных объектах исследования. И для этого в мировой практике применяют мониторинг, т. е. постоянное наблюдение за интересующим объектом, явлением, процессом с целью выявления их соответствия или несоответствия желаемому результату.

Мониторинг товарных рынков представляет собой систему мероприятий, позволяющих непрерывно следить за их конъюнктурой, регистрировать ее важнейшие характеристики, оценивать и оперативно выявлять результаты воздействия различных процессов и факторов на характеристики рынка. Мониторинг позволяет разрабатывать предложения по развитию товарного рынка в нужном направлении и делать заключения об эффективности мер по его управлению. Представляя собой систему сбора данных и расчета показателей рыночной конъюнктуры, мониторинг позволяет диагностировать возникновение кризисных ситуаций для предприятий, отслеживать динамику и тенденции происходящих изменений и на этой основе принимать оптимальные управленческие решения.

Мониторинг товарных рынков включает в себя функционирование следующих систем:

- информационной;
- методической;
- технической;
- организационной.

Информационная система включает в себя определенный круг показателей рыночной конъюнктуры, разработки принципов их отбора и передачи для последующего исполнения. Главное – это оперативность сбора всех данных о спросе и предложении на товар, новинках, конкурентах и т. д.

Методологическая система обеспечивает группировку и дальнейшую обработку собранной о рынке информации, которая осуществляется экспертным, аналитическим или сочетанием этих двух методов. Главная цель сбора, анализа и обработки

информации, последовательность ее изложения в виде обзора заключается в разработке достоверного и правильного прогноза на ближайший период. В последней части анализа должен быть представлен прогноз дальнейшего развития рынка и весь порядок работы для достижения поставленных целей.

Структура организационной базы мониторинга, как и технической, зависит от того, кто будет заниматься изучением товарных рынков предприятия – само предприятие или научно-исследовательские организации. В данном случае выбор остается за предприятием, который осуществляется с учетом специфики его работы и конкретных задач, объемов деятельности, широты ассортимента, сравнительной оценки выгодности каждого из этих вариантов путем сопоставления затрат и доходов, возможных потерь и упущенной выгоды.

С учетом вышеизложенного, ОАО «Светлогорский ЦКК» необходимо воспользоваться мониторингом товарного рынка, чтобы выйти из кризисного состояния путем расширения рынка реализации своей продукции. Особенно это актуально с учетом того, что в ближайшее время вступит в строй цех по производству беленой целлюлозы. Реализовывать новую продукцию планируется не только в нашей стране, но и в странах ближнего и дальнего зарубежья. Поэтому объектом мониторинга будут являться конкретные зарубежные рынки целлюлозно-бумажной продукции. Цель мониторинга – наличие полной информации о состоянии конъюнктуры международных рынков целлюлозно-бумажной продукции как основы для принятия управленческих решений.

Предложенное мероприятие – мониторинг товарных рынков – позволит ОАО «Светлогорский ЦКК» успешно функционировать на рынке, отслеживая и контролируя все происходящие на нем процессы, вовремя реагируя на негативные тенденции и возникающие проблемы путем разработки рекомендаций по всем вопросам.