

М.А.Бугаев (асп., каф. ПиК), В.А.Дуболазов, д.э.н., проф.

ОСОБЕННОСТИ СПРОСА НА ПРОДУКЦИЮ ПРОИЗВОДСТВЕННО-ТЕХНИЧЕСКОГО НАЗНАЧЕНИЯ

Под продукцией производственно-технического назначения (ППТН) понимаются все товары и услуги, которые приобретаются предприятиями-изготовителями для использования в собственном производственном процессе. ППТН в общем случае не имеет собственной потребительской ценности и приобретает ее только в составе готового (конечного) продукта. Примером ППТН являются дизельные двигатели для речных судов, выпускаемые ОАО "ЗВЕЗДА". Дизель не может удовлетворить потребность в транспорте – потребительскую ценность имеет судно (например - СПК "Метеор").

Особенности спроса на ППТН обусловлены характером покупателя и назначением продукции. К общим особенностям спроса на ППТН относятся:

1. Профессионализм покупателей – покупатели ППТН профессионально подходят к закупкам, что проявляется в знании характеристик товара, знании ситуации на рынке, решающей роли рациональных факторов при выборе поставщиков (влияние эмоциональных факторов ограничено), коллективном принятии решений. Непосредственно закупками занимаются специализированные службы, однако на окончательное решение о закупке оказывает влияние широкий круг подразделений и лиц (подразделение-потребитель, финансовая служба, главный инженер и т.д.).

2. Зависимый характер спроса – поскольку ППТН используется для производства других товаров, спрос на нее прямо или косвенно обусловлен спросом на готовые потребительские товары. Например, спрос на бензиновые двигатели Заволжского моторного завода (ЗМЗ) непосредственно зависит от спроса на автомобили "Волга" Горьковского автозавода, а спрос на алюминий косвенно зависит от спроса на пиво (через спрос на алюминиевые банки). Таким образом, в своей маркетинговой политике предприятие-производитель ППТН должно учитывать спрос на конечный продукт с его использованием.

3. Долгосрочный характер деловых отношений – обычно между производителями и покупателями ППТН устанавливаются долгосрочные отношения. Закупки ППТН чаще носят не разовый, а ритмичный и долговременный характер. Это позволяет выделять первичный и повторный спрос на ППТН. Привлечение первичных покупателей имеет особое значение, поскольку позволяет обеспечить длительный повторный спрос на товар. Большое внимание следует уделять не только привлечению, но и удержанию новых потребителей. В этом главную роль играет удовлетворение покупателя от совершенной сделки, которое зависит от качества продукции, точности выполнения поставщиком своих обязательств, качеством сервисного обслуживания, отсутствием жалоб со стороны потребителя конечного продукта.

Покупатели ППТН (без учета посредников и перепродавцов) делятся на две основные группы:

1) Предприятия, приобретающие продукцию для изготовления новых конечных объектов. В случае с продукцией ОАО "ЗВЕЗДА" к этой группе относятся судостроительные, тепловозостроительные и другие предприятия. Они выступают покупателями ППТН только один раз для каждого объекта – в процессе его производства (строительства). Спрос со стороны этих предприятий будем называть "спросом 1-го рода" и обозначать V^0 .

2) Эксплуатирующие организации, приобретающие ППТН (новую технику, ЗИП, ремонтные услуги и т.д.) для поддержания в работоспособном состоянии имеющихся у них объектов (судов, тепловозов, дизельных электростанций и т.д.). Такие предприятия

неоднократно выступают покупателями ППТН в течение всего срока эксплуатации объекта. Этот вид спроса будем называть "спросом 2-го рода" и обозначать V' .

Особый интерес представляет ситуация, когда срок службы конечного товара (объекта) значительно (в несколько раз) превышает срок службы комплектующего изделия. В этом случае за период эксплуатации объекта будет неоднократно возникать спрос 2-го рода. Характерным примером является продукция машиностроительного предприятия ОАО "ЗВЕЗДА" – судовые дизельные двигатели. Речные и морские суда, на которых они применяются, служат в течение 20...50 лет, тогда как ресурс дизеля составляет 3000...10000 часов и при интенсивной эксплуатации вырабатывается за 1...5 навигации. Переход владельца судна на использование дизелей другой марки маловероятен в силу ряда причин (необходимость согласования проекта с Морским регистром РФ, затраты на конструкторскую проработку проекта, переоборудование судна, переобучение обслуживающего персонала и т.д.). Поэтому очевидно, что каждое построенное судно с двигателями ОАО "ЗВЕЗДА" обеспечивает предприятие заказами на длительный срок.

Для таких предприятий, как ОАО "ЗВЕЗДА", важно определять и поддерживать правильное соотношение между двумя видами спроса. В общем случае соотношение объемов спроса 1-го и 2-го рода определяется по следующей формуле:

$$\frac{V^0}{V'} = \frac{T'}{T^0},$$

где T^0 – срок службы объекта; T' – срок службы комплектующего изделия (ППТН).

Такое соотношение видов спроса обеспечивает фирме стабильность в долгосрочной перспективе, – вышедшие из эксплуатации объекты будут своевременно пополняться новыми, а общий объем спроса на продукцию фирмы (V^0+V') останется неизменным. Если это соотношение меньше, это указывает на опасность снижения совокупного спроса в будущем. Если оно больше, совокупный спрос на продукцию фирмы будет увеличиваться.

В частности, это соотношение может быть использовано в ценовой политике фирмы. Для того чтобы добиться положительной динамики изменения совокупного спроса, необходимо увеличивать отношение объемов спроса 1-го и 2-го рода, то есть увеличивать объемы продаж продукции для строительства новых объектов. Один из способов этого достичь – установить скидку на продукцию, поставляемую покупателям 1-го рода (ΔP^0), и компенсировать снижение прибыли при помощи надбавки к цене продукции для покупателей 2-го рода ($\Delta P'$). Размеры скидки и надбавки будут определяться по формуле:

$$\Delta P^0 = \Delta P' \cdot \frac{V^0}{V'} = \Delta P' \cdot \frac{T'}{T^0}.$$

Для целей текущего планирования спроса при управлении сбытовой политикой фирмы целесообразно применять формулу совокупного спроса в n -м периоде (V_n):

$$V_n = V_n^0 + \frac{1}{T'} \cdot \sum_{i=n-T'}^{n-1} V_i^0.$$

Достоинством этой формулы является то, что в ней для определения совокупного спроса используется только одна неизвестная величина – объем спроса 1-го рода в n -м периоде, который можно определить достаточно точно (производство конечных объектов носит регулярный характер и планируется заранее). Планирование спроса 2-го рода в настоящее время представляет наибольшую трудность, и предложенная формула позволяет избежать этого.

Для полноценного использования требуется дальнейшее усложнение приведенных формул, чтобы учесть различия в сроках эксплуатации разных видов оборудования. Также точность полученных результатов зависит от достоверности данных о продажах продукции покупателям 1-го и 2-го рода, а также о действительных сроках эксплуатации самой продукции и конечных объектов, на которых она применяется.