

Литература

1. Альгин, А. П. Риск и его роль в общественной жизни / А. П. Альгин. – М.: 1989.
2. Гидденс, Э. Судьба, риск и безопасность / Э. Гидденс // THESIS. – 1994. – № 5. – С. 107 – 134.
3. Гидденс, Э. Устроение общества: Очерк теории структуризации / Э. Гидденс. – М.: 2005
4. Луман, Н. Формы помощи в процессе изменения общественных условий / Н. Луман // Социологический журнал. – 2000. – № 1/2. – С. 16 – 35.

Свиридович С. В. Перспективы организации быстрого и недорогого производства автомобильных запасных частей на евразийском пространстве

Темой данной исследовательской работы является анализ рынка запасных частей для легковых автомобилей. Выбранная тема является актуальной на сегодняшний день, т.к. с ростом благосостояния граждан растет и степень их потребления таких товаров как легковые автомобили, а значит и запасные части к ним. Сегодня сложно представить нашу современную жизнь без автотранспортного средства или личного легкового автомобиля. Обслуживание автомобиля составляет неотъемлемую часть его приобретения. Поэтому наряду с покупкой машины необходимо понимать, что запасные части для него – это неотъемлемая часть данной покупки. По официальным данным маркетинговых исследований Республики Беларусь рынок запасных частей для легковых автомобилей оценивается в 245 млн. долларов. На всём Евразийском пространстве эта цифра достигает нескольких миллиардов долларов. При этом до 80% приходится на нелегальные продажи. Запасные части имеют следующую классификацию:

- оригинальные (изготавливаются на заводе производителя и поставляются со склада фирмы производителя автомобилей),
- контрактные – бывшие в употреблении запчасти с автомобилей, эксплуатировавшийся только в стране-производителе,
- неоригинальные (лицензионные и нелицензионные).

Если говорить о сегменте, то парк легковых автомобилей неоднороден. Если все зарегистрированные автомобили разделить

на четыре сегмента, руководствуясь возрастом машины, то выяснится, что наибольший сегмент составляют авто старше 12 лет. Выделяется 6 видов ходовых марок легковых автомобилей. Самым востребованным брендом является немецкий Фольксваген, далее следует чешская Шкода, Форд, ВМВ, Мерседес, ВАЗ.

Например, на сегодняшний день существует около 100 импортеров запасных частей в Республику Беларусь. Все они, так или иначе, представлены на рынке, доля их различна, каждый занимает свою нишу, специализируется на запчастях определенного вида и марки. Многие импортеры представлены сетями розничной торговли, что позволяет максимизировать прибыль, охватить большой территориальный объект, удовлетворить потребность покупателя, а также это позволяет минимизировать затраты на поставку продукции. Компании-импортеры: Febi, HansPries, Ruville, NK, Beru, Knecht, Best, VictorReinz, Flennor, NPR(SM), Vierol, FederalMogul, Bilstein, Vogel, Otoform(Formpart), JanMor, JCar, Dello, Teknorot, Pex, Auradia, а также поставщики оригинальных автозапчастей на Skoda, Mitsubishi, Citroen, Puegeot, Renault, Kia, Hyundai

Наиболее крупными белорусскими импортерами являются компании: «Вита-М», ООО «Остров сокровищ», ООО «Л-авто», «Шате-М плюс», НІPOL.

Главной проблемой рынка запасных частей для легковых автомобилей на территории Евразийского пространства заключается в том, что запчасти отечественного производства дороже, чем зарубежного происхождения, а ассортимент их слишком узок. Освоение производства таких запасных частей слишком затратно и требует времени.

Проблему можно решить путём использования технологии восстановления стальных изношенных деталей (шестерён, зубчатых реек, валов, штоков) по технологии электроискрового легирования под ультразвуковым воздействием, разработанной в Белорусском Национальном Техническом Университете. Преимущество этой технологии перед ближайшими конкурентными технологиями заключается в существенной экономии из-за отсутствия последующей механической обработки, поскольку указанная технология позволяет получить идеальную геометрию восстанавливаемой поверхности.

На практике людям намного проще приобретать импортируемые детали из-за желания сэкономить собственные денежные средства, при этом иногда жертвуя качеством приобретаемого товара. Еще одной значимой проблемой Евразийского пространства рынка запасных частей для легковых автомобилей является слабая рекламная кампания и стратегия маркетинга. Для того чтобы исправить имеющуюся ситуацию, необходимо уделить большое внимание продвижению товара с использованием различных видов рекламы. Одним из самых действенных видов рекламы для товара такой специфики, является реклама на радио, т.к. именно этот вид рекламы является самым популярным видом продвижения товаров и услуг у автомобилистов. Далее следует реклама по телевидению и в интернете. В рекламных сообщениях необходимо уделять особенное внимание и делать акцент на эргономические свойства изготавливаемых деталей, на качество и долговечность. Кроме того, необходимо представлять изготавливаемую продукцию на специализированных выставках. Главное в продвижении любого товара – ориентация на своего потребителя и сегментация рынка. Правильная сегментация рынка позволит выбрать нужный вид рекламы и построить необходимый алгоритм реализации товара на той или иной территории. Самым действенным методом сегментации рынка, является метод КОБРА.

Огромным плюсом повышения лояльности к национальному бренду, является возможность увеличения уровня продаж, повышения социальной и бюджетной эффективности предприятий, работающих в сфере обслуживания легковых автомобилей, что означает улучшение экономического состояния страны в целом, экономию валютных средств.

Рынок запасных частей очень большой, а спрос отличается высокой стабильностью, поэтому этот рынок может быть расширен на территорию всего Евразийского пространства.