

БИЗНЕС-ПРОЕКТ

ОАО «БАТЭ» - УПРАВЛЯЮЩАЯ КОМПАНИЯ ХОЛДИНГА «АВТОКОМПОНЕНТЫ»



РЕЗЮМЕ

ОАО «БАТЭ» - УПРАВЛЯЮЩАЯ КОМПАНИЯ ХОЛДИНГА «АВТОКОМПОНЕНТЫ» ЯВЛЯЕТСЯ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫМ ПРЕДПРИЯТИЕМ ПО ПРОИЗВОДСТВУ СТАРТЕРОВ И ГЕНЕРАТОРОВ ДЛЯ БЕНЗИНОВЫХ И ДИЗЕЛЬНЫХ ДВИГАТЕЛЕЙ АВТОМОБИЛЕЙ, ТРАКТОРОВ И СПЕЦТЕХНИКИ. УРОВЕНЬ СПЕЦИАЛИЗАЦИИ ПО ВЫПУСКУ АВТОТРАКТОРНОГО ЭЛЕКТРООБОРУДОВАНИЯ СОСТАВЛЯЕТ ОКОЛО 80 %. СФЕРЫ ПРИМЕНЕНИЯ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ:

- ПРОМЫШЛЕННЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ АВТОМОБИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ;
- СБОРОЧНЫЕ ПРОИЗВОДСТВА ПО ВЫПУСКУ ИНОМАРОК НА ТЕРРИТОРИИ СТРАН СНГ;
- ПРЕДПРИЯТИЯ АВТОСЕРВИСА;
- ОРГАНИЗАЦИИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА;
- КОММЕРЧЕСКИЕ ФИРМЫ.

ПРЕДПРИЯТИЕ ЯВЛЯЕТСЯ ЭКСПОРТООРИЕНТИРОВАННЫМ, ДОЛЯ ОТГРУЗОК ПРОДУКЦИИ ОАО «БАТЭ» - УПРАВЛЯЮЩАЯ КОМПАНИЯ ХОЛДИНГА «АВТОКОМПОНЕНТЫ» НА ЭКСПОРТ СОСТАВЛЯЕТ ОКОЛО 69 % В ОБЩЕМ ОБЪЕМЕ РЕАЛИЗАЦИИ. ЭКСПОРТНЫЕ ПОСТАВКИ ОСУЩЕСТВЛЯЮТСЯ В СТРАНЫ СНГ, БЛИЖНЕГО И ДАЛЬНЕГО ЗАРУБЕЖЬЯ. В 2015 ГОДУ ПЛАНИРУЕТСЯ ЗАПУСТИТЬ СЕРИЙНЫЙ ВЫПУСК ГЕНЕРАТОРА 3272.3771 ДЛЯ ДВИГАТЕЛЕЙ ЯМЗ-650 ЭКОЛОГИЧЕСКОГО СТАНДАРТА ЕВРО-5 ЯРОСЛАВСКОГО МОТОРНОГО ЗАВОДА. ДЛЯ ВЫШЕУКАЗАННОГО СЕМЕЙСТВА ДВИГАТЕЛЕЙ ПРОВЕДЕНА РАЗРАБОТКА НОВОГО СТАРТЕРА С ПЛАНЕТАРНЫМ РЕДУКТОРОМ 5502.3708, ОСВОЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВА КОТОРОГО ПЛАНИРУЕТСЯ К СЕРЕДИНЕ 2016 ГОДА.



МИССИЯ

Выбирая БАТЭ, Вы выбираете стабильность и безопасность!

Более полувека автомобильные запчасти марки БАТЭ обеспечивают стабильную работу автомобилей ведущих отечественных, а также зарубежных марок. Качество продукции проверено временем, испытано отечественными автомобильными дорогами! Продукция БАТЭ производится в Беларуси, удовлетворяя потребности рынков автомобилестроения и запчастей различных стран.

Сегодня практически каждый владелец белорусского или российского автомобиля знает, что торговая марка БАТЭ – это соответствие высокого качества и доступной цены!

Мы открываем новые возможности для развития своих дилеров и инвесторов.

Мы стремимся к постоянному совершенствованию своего профессионального уровня.

Мы выстраиваем все бизнес-процессы на предприятии так, чтобы конечный результат был направлен на удовлетворение конечного потребителя.

Мы даем потребителю объективную информацию о продукции и условиях сотрудничества и гарантируем исполнение своих обязательств.

Мы направляем максимальные усилия и ресурсы на выполнение приоритетных задач в области природоохранной деятельности и промышленной безопасности.

БИЗНЕС-МОДЕЛЬ

Ключевые партнеры <i>Поставщики цветных и черных металлов, банки, поставщики комплектующих; рекламные агентства</i>	Ключевые виды деятельности <i>Проектирование и разработка моделей стартеров и генераторов, запасных частей к ним; послепродажный сервис</i>	Ценностные предложения <i>Инновационные модели стартеров и генераторов и запасных частей к ним для различных автомобилей</i>	Взаимоотношения с клиентами <i>Консультирование клиентов; поддержание тесной связи по телефону, эл. почте и др. видами связи</i>	Потребительские сегменты <i>Предприятия Беларуси, России, стран СНГ, ближнего и дальнего зарубежья (Украина, Казахстан, Азербайджан и т. д.)</i>
	Ключевые ресурсы <i>Оборудование, кадры, финансовые ресурсы; интеллектуальный продукт</i>		Каналы сбыта <i>Официальные дилеры, дистрибьюторы, торговый дом, моторосборочные предприятия</i>	

Структура издержек: *производственные, маркетинговые, заработная плата, электроэнергия, обучение сотрудников*

Потоки поступления доходов: *продажа акций, сдача в аренду свободных помещений; аренда дворца культуры; продажа продукции*

PEST-АНАЛИЗ

Фактор	Проблема	Суть проблемы	Источник информации	Реакция на фактор
Политический				

Фактор	Проблема	Суть проблемы	Источник информации	Реакция на фактор
Экономический	Рост курса иностранной валюты	Рост курса вызывает рост цен на комплектующие и сырье		Вызывает повышение цен на продукцию; снижение объёма продаж

Фактор	Проблема	Суть проблемы	Источник информации	Реакция на фактор
Социальный				

Фактор	Проблема	Суть проблемы	Источник информации	Реакция на фактор
Технологический				

ОПИСАНИЕ РЫНКА АВТОКОМПОНЕНТОВ

Рынок автокомпонентов в Республике Беларусь достаточно развитый, так как машиностроение является ведущим комплексом национальной экономики и служит одним из основных источников валового внутреннего продукта и валютных поступлений. В нем создается 24,5 % стоимости произведенной промышленной продукции, занято 36,3% общей численности промышленно-производственного персонала страны. Управление отраслью осуществляют Министерство промышленности Республики Беларусь.

Машиностроение Республики Беларусь располагает высокотехнологичным производственным и научным потенциалом, в его составе 337 предприятий, организаций и производств, развитие которых направлено на повышение конкурентоспособности выпускаемой продукции на основе разработки и внедрения энерго- и ресурсосберегающих технологий, модернизации производств, эффективного использования трудовых и финансовых ресурсов.

АНАЛИЗ ПЯТИ КОНКУРЕНТНЫХ СИЛ ПОРТЕРА

Угрозы появления товаров – заменителей

Снижение объемов заказов со стороны покупателей

Власть поставщиков

*Повышение цены на сырье;
Отсутствие в РБ поставщиков необходимого сырья*

Уровень конкурентной борьбы

Небольшое кол-во конкурентов в связи со значительными капиталовложениями в данную отрасль, но данная отрасль в настоящее время не развивается; у имеющихся конкурентов на рынке довольно высокие затраты на рекламу

Угрозы появления новых игроков

Значительные капиталовложения для входа в данную отрасль

Власть покупателей

*Переход покупателей на сторону конкурентов из-за снижения цены продукта;
Снижение объема заказа потребителей в связи с появлением конкурентов*

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ И ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

SWOT-АНАЛИЗ

Сильные стороны

1. Известность торговой марки
2. Высокое качество продукции
3. Наличие собственной товаропроводящей сети предприятия
4. Наличие квалифицированного и опытного персонала
5. Наличие опыта реализации инвестиционных проектов
6. Широкий ассортимент выпускаемой продукции, постоянная работа над ее совершенствованием
7. Наличие полноценной инфраструктуры
8. Хорошие деловые связи с потребителями продукции

Слабые стороны

1. Дефицит собственных оборотных средств
2. Отсутствие инвестирования в маркетинг, за исключением минимально необходимых средств на размещение рекламы
3. Высокая степень износа действующего оборудования
4. Длительное время освоения и внедрения в производство новых изделий

Возможности

1. Сохранение позиций на действующих рынках
2. Выход на новые рынки
3. Нарастивание объемов реализации
4. Повышение эффективности производства за счет технического перевооружения, внедрения высокотехнологичного оборудования и снижения материал- и энергоемкости производства

Угрозы

1. Наличие зарубежных предприятий-конкурентов, выпускающих аналогичную продукцию
2. Присутствие на рынке контрафактной продукции
3. Высокая степень контроля бизнеса со стороны государства

ОПИСАНИЕ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА





ВОРОНКА ПРОДАЖ

1 этап: Заинтересованность к продукту по итогам выставок, а также количество посетителей просмотревших каталог продукции на сайте по итогу прошедшего

месяца – 150 человек. (Обзвон всех, направление в их адрес коммерческого предложения)

2 этап: Люди, обратившиеся за консультацией после рассмотрения коммерческого предложения, а также за дополнительной информацией по продукции – 67 человек. (направление проекта договора)

3 этап: Люди, обратившиеся за повторной консультацией, обсуждение условий договора, стоимости – 32 человека.

4 этап: Клиенты, принявшие условия договора обратившиеся с намерением купить продукцию – 11 человек.

5 этап: Покупатели, заплатившие за товар – 5 человек.

6 этап: Клиенты, совершившие повторную покупку, а также выразившие желание заключить дилерский договор – 3 человека.





ПЛАН МАРКЕТИНГОВЫХ МЕРОПРИЯТИЙ НА ГОД

<u>Мероприятия</u>	<u>Сроки проведения</u>	<u>Бюджет</u>
Модернизация официального сайта	Январь-февраль 2015	30 млн. бел. руб
Закупка сувенирной продукции к праздникам 23 февраля и 8 марта (корпоративные открытки, ручки, ежедневники, визитницы и т.д.)	Январь-февраль 2015	25 млн.бел.руб.
Размещение баннерной рекламы на сайтах других компаний и на своем сайте	Март 2015	10 млн.бел.руб.
Подготовка к специализированной выставке «БЕЛАГРО – 2015», которая пройдет в Минске с 03.06. по 08.06.2015	Апрель-май 2015	20 млн.бел.руб.
Печать фирменных каталогов БАТЭ в количестве 500 штук.	Май 2015	29 млн.бел.руб.
Подготовка к 3 июля	Июнь 2015	10 млн.бел.руб.
Подготовка к выставке автокомпонентов в Москве «Automechanika MIMS-2015»	Июль 2015	25 млн.бел.руб.
Подготовка к празднику День Машиностроителя!	Август-сентябрь 2015	10 млн. бел.руб.

Подготовка к выставке, которая пройдет в г. Сочи в рамках второго Форума регионов Беларуси и России.	Август-сентябрь 2015	50 млн.бел.руб.
Разработка квартального календаря на 2016 год и сувенирной продукции к новому году	Октябрь-декабрь 2015	50 млн.бел.руб.
Подготовка и проведение «круглого стола» с постоянными клиентами	Ноябрь 2015	5 млн.бел.руб.
Разработка билборда для размещения на въезде в город Борисов	Ноябрь-декабрь 2015	3 млн.бел.руб.
Затраты на маркетинговые мероприятия:		267 млн.бел.руб.

РАСЧЕТ ОКУПАЕМОСТИ ПРОЕКТА

