



ЦЕНТР ПОЛИТИЧЕСКОЙ
КОНЪЮНКТУРЫ

ЦПК

Аудит стратегии развития Предприятия

Отчет по результатам подготовлен
Фондом «ЦПК»

Москва, 2019

Цели:

1. Обсуждение потенциальных рынков сбыта продукции Предприятия по результатам проведенного маркетингового исследования.
2. Выявление гипотез по новым рынкам и географиям продвижения продукции Предприятия.

Инструментарий

Workshop: совместное со специалистами Центра политической конъюнктуры групповое обсуждение по полуформализованному гайду под руководством модератора. Гайд для проведения workshop разработан специалистами Центра политической конъюнктуры и утвержден Заказчиком.

Методы группового обсуждения:

- Мозговой штурм - в условиях неопределенной ситуации разработать максимальное количество возможных решений.
- Метод систематизированной интеграции элементов решения - использование творческого потенциала участников, здесь объединяются преимущества индивидуальной и групповой работы. После мозгового штурма каждый участник индивидуально разрабатывает возможное решение, прочие участники обсуждают предложение и отмечают его сильные стороны, после этого группа пытается скомбинировать положительные стороны всех предложений и развить интегрированное решение, объединяющее преимущества.

Участники: компетентные сотрудники Предприятия (16 чел.) и Центра политической конъюнктуры (3 чел.)

Длительность workshop: 4 часа.

Наиболее перспективные направления развития для Предприятия по итогам группового обсуждения:

- **Производство Продукта 1.** Данное направление выбрали 13 человек. Перспективность этого направления связана с большой ёмкостью рынка, ростом спроса на качественную продукцию в связи с увеличением объемов строительства Сегмента 1 и усложнением условий производства, возможностью участия в госпрограммах по развитию импортозамещения.
Для успешной реализации данного направления целесообразно развивать сотрудничество с конечными потребителями и специализированными компаниями, проводить НИОКР и анализ отработанного продукта для повышения качества и срока службы в зависимости от условий эксплуатации.
- **Производство Продукта 2.** Данное направление выбрали 13 человек, и его перспективность обусловлена общемировым трендом, связанным с ухудшением экологической ситуации и ростом дефицита чистой воды, а также большой ёмкостью рынка, возможностью участия в федеральных проектах.
На начальном этапе предполагается: (1) расширение сотрудничества с предприятиями и производителями специализированного оборудования, (2) развитие сотрудничества с НИИ и проектными организациями для проведения исследований, подбора элементов в зависимости от среды и условий эксплуатации, (3) изучение опыта и продукции зарубежных конкурентов, производящих Продукт 2.
В дальнейшем целесообразно организовать производство готовых элементов с Продуктом 2.
- **Производство Продукта 3.** Данное направление выбрали 11 человек.
Перспективность этого направления связана с большой ёмкостью рынка, развитием данного сегмента промышленности и ростом спроса на Продукт 3, а также с тем, что данное производство не является сложным и может быть быстро освоено после приобретения необходимого оборудования (особенно с учетом наличия свободных производственных площадей у Предприятия).
На начальном этапе предполагается развитие сотрудничества с производителями Продукта 3 для поставки им уже производимых на Предприятии продуктов.
Для успешной реализации данного направления целесообразно развивать сотрудничество с конечными потребителями, проводить НИОКР и анализ отработанных Продуктов 3 для повышения качества и срока службы в зависимости от условий эксплуатации.

- **«Коробочный продукт» для определенного сегмента промышленности.** Данное направление выбрали 4 человека. Перспективность этого направления связана с большой ёмкостью рынка, возможностью производить стандартизированный простой продукт, наличием у Предприятия гигиенического сертификата (необходимого для реализации изделий для данного сегмента промышленности), минимальными инвестициями. Необходимыми условиями для успешной реализации данного направления являются: анализ существующих практик использования выпускающихся на Предприятии продуктов в определенном сегменте промышленности и разработка стандартизированного технологического решения под разные мощности потенциального клиента. Реализация «коробочного продукта» возможна как непосредственно крупным игрокам рынка, так и поставщикам оборудования и расходных материалов для определенного сегмента промышленности.
- Определенные перспективы имеет и **перепродажа китайских Продуктов 4 на российском (и, возможно, европейском) рынке** поскольку: (1) рынок является растущим, появляются новые крупные инфраструктурные проекты в России, меняется климат, (2) продукты китайского производства имеют ценовое преимущество в 4-23% по сравнению с российскими аналогами. Необходимыми условиями для успешной реализации данного направления являются: подбор производителя качественных Продуктов 4 в Китае, выбор надежного российского субподрядчика для выполнения работ по установке продуктовых конструкций «под ключ». Сопутствующим ассортиментом Предприятия могут стать **Продукт 5 и Продукт 6**, поскольку их можно производить на том же оборудовании, что и сита для грохотов.