

Міністерство освіти і науки України
Національний технічний університет
«Дніпровська політехніка»

Навчально-науковий інститут економіки
(інститут)

Фінансово-економічний факультет
(факультет)

Кафедра Маркетингу
(повна назва)

ПОЯСНОВАЛЬНА ЗАПИСКА
кваліфікаційної роботи ступеня бакалавра
(бакалавра, спеціаліста, магістра)

студента Чепінського Сергія Олександровича
(П І Б)

академічної групи МКФе-15-1
(шифр)

спеціальності 6.030507 Маркетинг
(код і назва спеціальності)

за освітньо-професійною програмою «Маркетинг»
(офіційна назва)

на тему «Маркетингові дослідження поведінкових особливостей споживачів на ринку промислових послуг»
(назва за наказом ректора)

Керівники	Прізвище, ініціали	Оцінка за шкалою		Підпис
		рейтинговою	інституційною	
кваліфікаційної роботи	Куваєва Т. В.			
розділів:				
1. Дослідження підприємства	Куваєва Т. В.			
2. Дослідження зовнішнього середовища підприємства	Куваєва Т. В.			
3. Обґрунтування перспектив діяльності підприємства на ринку	Куваєва Т. В.			

Рецензент				
-----------	--	--	--	--

Нормоконтролер	Магеррамова І.А			
----------------	-----------------	--	--	--

Дніпро
2019

ЗАТВЕРДЖЕНО:

в.о. завідувача кафедри
маркетингу

(повна назва)

Пілова К.П.

(підпис)

(прізвище, ініціали)

« _____ » _____ 2019 року

ЗАВДАННЯ
на кваліфікаційну роботу
ступеня бакалавра
(бакалавра, спеціаліста, магістра)

студенту Чепінському С. О. академічної групи МКФе-15-1
(прізвище та ініціали) (шифр)
спеціальності 6.030507 Маркетинг
(код і назва спеціальності)
за освітньо-професійною програмою «Маркетинг»
(офіційна назва)

на тему «Маркетингові дослідження поведінкових особливостей споживачів на ринку промислових послуг»

затверджену наказом ректора НТУ «Дніпровська політехніка» від 16 травня 2019р. № 749-л

Розділ	Зміст	Термін виконання
Дослідження підприємства	Виявлення сильних та слабких сторін підприємства	14.01.2019 р.-20.01.2019 р. 22.04.2019 р.-05.05.2019 р.
Дослідження зовнішнього середовища підприємства	Маркетингове дослідження зовнішнього середовища та виявлення основних поточних сегментів	06.05.2019 р.-26.05.2019 р.
Обґрунтування перспектив діяльності підприємства на ринку	Оцінка можливостей та загроз ринку, обґрунтування дій підприємства по перспективах реалізації на обраному ринку сильних сторін підприємства	27.05.2019 р.-09.06.2019 р.
Оформлення кваліфікаційної роботи бакалавра		10.06.2019 р.-16.06.2019 р.

Завдання видано

_____ (підпис керівника)

Кувасєва Т. В.
(прізвище, ініціали)

Дата видачі 24.12.2018 р.

Дата подання до екзаменаційної комісії т

18.06.2019р.

Прийнято до виконання

_____ (підпис студента)

Чепінський С. О.
(прізвище, ініціали)

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1 АНАЛІЗ ВНУТРІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА З НАДАННЯ ПРОМИСЛОВИХ ПОСЛУГ	6
1.1 Загальна характеристика підприємства на ринку промислових послуг	6
1.2 Дослідження комплексу маркетингу підприємства на ринку промислових послуг	13
1.3 Оцінка внутрішнього середовища підприємства: виявлення сильних та слабких сторін підприємства	18
РОЗДІЛ 2 ДОСЛІДЖЕННЯ ПОВЕДІНКОВИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ СПОЖИВАЧІВ НА РИНКУ ПРОМИСЛОВИХ ПОСЛУГ	21
2.1 Сегментування споживачів на ринку промислових послуг	21
2.2 Обґрунтування підходу до вирішення проблеми маркетингового дослідження	28
2.3 Особливості прийняття рішень при виборі промислової послуги	35
РОЗДІЛ 3 ПЕРСПЕКТИВИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ ПРОМИСЛОВИХ ПОСЛУГ	43
3.1 Дослідження зовнішнього середовища підприємства	43
3.2 Конкурентний аналіз	47
3.3 Ситуаційний аналіз підприємства на ринку промислових послуг	51
ВИСНОВКИ	58
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	61
ДОДАТОК А	64
РЕФЕРАТ	65

ВСТУП

На сьогодні роль маркетингу для підприємств будь-якого розміру важко переоцінити. За останні десять років виникає все більша потреба в аналізі діяльності конкурентів, дослідження поведінки споживачів, пошук маркетингової стратегії розвитку підприємства. Постійна необхідність досліджувати поведінкові особливості споживачів, виявляти, які саме критерії впливають на вибір клієнтом компанії, з якою він захоче працювати, є характерною як для споживчого, так і для промислового ринків. Особливо це стосується ринку промислових послуг.

На ринку промислових послуг замовники намагаються знайти найкращого, підрядника з цінкових позицій та з позицій партнерських відносин, оскільки саме це передбачає довгостроковість співпраці. Тому компаніям-підрядникам необхідно досконально розуміти своїх замовників, щоб роздобути співпрацю в довгостроковий період. З цього огляду тема роботи, що спрямована на дослідження поведінкових особливостей споживачів на ринку промислових послуг є актуальною.

Мета дослідження – дослідити поведінкові особливості та виявити критерії прийняття рішень на ринку промислових послуг.

Задачі дослідження:

- виконати аналіз внутрішнього середовища підприємства;
- проаналізувати ринок промислових послуг;
- здійснити сегментування ринку промислових послуг;
- дослідити поведінкові особливості споживачів промислових послуг;
- виконати ситуаційний аналіз підприємства.

Об'єкт дослідження: процес прийняття рішення споживачем при виборі промислових послуг.

Предмет дослідження: критерії, на основі яких підприємство-споживач приймає рішення про вибір постачальника послуг.

Методи дослідження. Для досягнення мети в роботі були використані наступні методи: методи експертних оцінок (при дослідженні внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства); методи маркетингових досліджень, а саме індивідуалізоване формалізоване опитування (при визначенні поведінки споживачів); статистичні методи (при проведенні аналітичних оцінок результатів маркетингового дослідження); метод ситуаційного аналізу (при визначенні перспектив діяльності підприємства на ринку промислових послуг).

Положення, що захищаються:

В ході дослідження внутрішнього середовища було виявлено зниження обсягів реалізації за певною асортиментною групою

Дослідження особливостей прийняття рішень споживачем на ринку промислових послуг дозволило сформувані по-різному вмотивовані сегменти.

Ситуаційний аналіз показав необхідність більш глибокого проникнення підприємства на ринок промислових послуг серед малих та середніх споживачів.

Сфера використання результатів роботи. Результати роботи використовуються підприємством ТОВ «Буд Електро Комплект».

РОЗДІЛ 1 АНАЛІЗ ВНУТРІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА З НАДАННЯ ПРОМИСЛОВИХ ПОСЛУГ

1.1 Загальна характеристика підприємства на ринку промислових послуг

Компанія ТОВ «БудЕлектроКомплект» була створена в 2008 році шляхом об'єднання компаній з більш ніж десятилітньою історією, що спеціалізуються на проектуванні, постачанні, монтажу, модернізації та сервісному обслуговуванні різноманітного промислового обладнання, відео нагляду, блискавкозахисті.

Політика підприємства у сфері якості передбачає максимальне задоволення потреб споживачів і базується на дотриманні національних та міжнародних стандартів. Так, підприємство має всі необхідні ліцензії на проведення означених робіт, а також наступні сертифікати відповідності з надання промислових послуг: дозвіл на проведення робіт підвищеної небезпеки, ліцензія на виконання електромонтажних робіт.

Товариство з обмеженою відповідальністю – організація, суб'єкт господарювання, статутний капітал якої поділений на частки, розмір яких встановлюється статутом товариства. Товариство з обмеженою відповідальністю є різновидом господарських товариств.

Сутність товариства з обмеженою відповідальністю в тому, що учасники такого товариства відповідають за його зобов'язаннями в обмеженому об'ємі. Основними учасниками ТОВ «Буд Електро Комплект» є Чепінський О.О., Кормаков О.С., Яцик В.П. Це означає, що є обмеження відповідальності даних учасників, які несуть ризик збитків у межах їх внесків до статутного капіталу, які вони можуть втратити. Але додаткові вимоги до учасників не висуваються, стягнути з учасників додаткові суми не можна. Директором даного товариства назначено – Чепінського О.О.

Юридична адреса: Україна, Дніпропетровська область, 53200, м. Нікополь, вул. Електрометалургів, 244/1.

Статутний капітал товариства. Статутний капітал товариства становить 1 000 000 (один мільйон) гривень та сформовано за рахунок грошових внесків засновників (учасників).

Розподіл часток у статутному капіталі товариства розподіляються між засновниками (учасниками) наведено у таблиці 1.1.

Таблиця 1.1 – Розподіл часток у статутному капіталі між учасниками

№ з/п	ПІБ	Внесок до статутного капіталу, грн.	Частка у статутному капіталі, %
1.	Чепінський О.О.	340 000	34,0
2.	Кормаков О. С.	330 000	33,0
3.	Яцик В. П.	330 000	33,0
	ВСЬОГО:	1 000 000	100

Отже, статутний капітал розподілено майже рівномірно між учасниками, так само як і ризики від господарської діяльності підприємства.

Основні фонди підприємства ТОВ «БЕК» представлені основними засобів виробництва, які задіяні у процесі надання послуг протягом частинах у міру зносу у вигляді амортизаційних відрахувань. Детальний перелік основних засобів та їхня вартість наведені в таблиці 1.2.

Таблиця 1.2 – Основні фонди підприємства ТОВ «БЕК»

Назва інструменту	Кількість, шт.	Вартість, грн.
Зварювальний інвертор «VitalsprofessionalMi 300 drt»	1	7784
Перфоратор «BOSCH GBH 420»	1	6532
Акумуляторний перфоратор «BOSCH Uneo 12»	2	11605
Перфоратор «Makita»	1	3788
Акумуляторний шуруповерт «Bosch»	2	3240

Кінець таблиці 1.2

Назва інструменту	Кількість, шт.	Вартість, грн.
Генератор бензиновий «Daewoo GDA 3500»	1	10955
Генератор дизельний IRON ANGEL EGD 5000 CLE	1	18940
Ручний інструмент	24	14068
Компресор	1	5860
Набір інструментів	5	23405

Організаційна структура підприємства є лінійно-функціональною. Підприємство складається з наступних підрозділів: адміністративний та інженерний відділи. Постійний штат підприємства представлено 6 кваліфікованими та професійними працівниками, які регулярно проходять курси підвищення кваліфікації в академії ДТЕК. Основний топ-менеджмент підприємства представлений генеральним директором, головним інженером, бухгалтером, начальником бригади.

Також менеджмент підприємства може наймати додаткових працівників відповідно до збільшення обсягу замовлення, тобто застосовує модель аутсорсингу. Додаткові кадри набираються за договором підряду для виконання більш простих етапів роботи та для допомоги кваліфікованим працівникам та адміністрації (5 осіб).

За одинадцять років роботи на ринку підприємство має значну клієнтську базу та сформовані партнерські відносини з вісьмома провідними компаніями з різних галузей господарства. Детальна інформація щодо довго тривалості співпраці з підприємствами-замовниками наведена у таблиці 1.3.

Основними клієнтами підприємства є десять компаній різного профілю, що мають потребу в автоматизації технологічних процесів виробництва продукції або обслуговування його певних стадій.

Таблиця 1.3 – Довготривалість співпраці з замовниками ТОВ «Буд Електро Комплект»

Назва підприємства	Сфера діяльності підприємства	Місце розташування	Кількість років співпраці	Кількість завершених робіт
Птахокомплекс"Дніпровський"	Птаховодство	Нікополь	10 років	42
Дніпропетровський стрілочний завод	Залізничний транспорт та будівництво	Дніпро	5 років	9
Луцький підшипниковий завод "СКФ"	Машинобудування	Луцьк	7 років	21
Трубний нікопольський завод "Нікотьюб"	Чорна металургія	Нікополь	11 років	19
«СентрависПродакшнЮкрейн»	Металургія	Нікополь	11 років	17
Нікопольський феросплавний завод	Чорна металургія	Нікополь	8 років	12
Криворізький завод гірничого обладнання	Машини для добувноїпромисловості та будівництва	Кривий Ріг	5 років	10
ТОВ «МЕТИНВЕС - Маріупольський ремонтно-механічний завод»	Послуги лиття сталі	Маріуполь	4 роки	5

Виходячи з даної таблиці, ми можемо побачити, що з багатьма підприємствами наша компанія працює понад 10 років та виконує роботи регулярно, а саме наступні роботи:

- Птахокомплекс"Дніпровський":
 - модернізація цеху забою та переробки м'яса птиці (зовнішнє та внутрішнє освітлення, електропостачання, розробка та монтаж шаф: керування насосною станцією, оборотною водою, керування опаленням);
 - модернізація інкубаційного цеху(зовнішнє та внутрішнє освітлення, електропостачання, підключення інкубаційних шаф, розробка

та монтаж шаф АВР "Автоматичного вводу резерву", заміна трансформаторів ТМ-400 - 7шт, пусконаладжувальні роботи);

- модернізація комбікормового заводу (зовнішнє та внутрішнє освітлення, електропостачання лабораторного комплексу, цеху переробки сої);

- зовнішнє та внутрішнє освітлення, електропостачання ферми для вирощування птиці с. Капулівка (розробка та монтаж шаф годування птиці, шафи керування опаленням, пусконаладжувальні роботи).

- Дніпровський Стрілочний завод:

- капітальний ремонт дробеметної камери(розробка та монтаж силових шаф та шаф керування, заміна двигунів, заміна кабельно-провідникових матеріалів, пусконаладжувальні роботи);

- капітальний ремонт дугової сталеплавильної печі ємністю шість тон(розробка та монтаж силових шаф та шаф керування, заміна двигунів, заміна кабельно-провідникових матеріалів, пусконаладжувальні роботи);

- капітальний ремонт стругального верстата НС-43(розробка та монтаж силових шаф та шаф керування, заміна двигунів, заміна кабельно-провідникових матеріалів, пусконаладжувальні роботи).

- Луцький підшипниковий завод "СКФ":

- обслуговування та модернізація верстатів сепараторного цеху (заміна шаф керування пресами КД);

- капітальний ремонт холодновисадочного пресу для пресування роликів моделей А3722А, А3723А, А3724А (розробка та монтаж силових шаф та шаф керування, заміна двигунів, заміна кабельно-провідникових матеріалів, установка частотного перетворювача, контролера автоматки, розробка програми керування пресами, пусконаладжувальні роботи).

- Трубний нікопольський завод "Нікотьюб":

- внутрішнє освітлення та електропостачання цеху.

- «СентрависПродакшнЮкрейн»:

- капітальний ремонт лабораторного пресу для перевірки заготовки (розробка та монтаж шафи керування, заміна двигуна, заміна кабельно-провідникових матеріалів, установка контролера автоматки, розробка програми керування пресами, пусконаладжувальні роботи);

- капітальний ремонт поточної лінії автомата для шліфовки труб, автомата для вирівнювання труб (обслуговування шафи керування, заміна автоматичних вимикачів, заміна кабельно-провідникової продукції, технічне обслуговування двигунів, заміна кінцевих вимикачів, пусконаладжувальні роботи).

- Нікопольський феросплавний завод:

- електромонтажні роботи по запуску комплексу газової очистки.

- Криворізький завод гірничого обладнання:

- модернізація стругального верстату 5А (розробка та монтаж шафи керування, заміна двигунів, заміна кабельно-провідникової продукції, пусконаладжувальні роботи);

- поставка та монтаж білоруського змішувача ІСЛ-20 та ІСЛ-40 (розробка та монтаж шафи керування, монтаж кабельно-провідникової продукції, пусконаладжувальні роботи).

- ТОВ «МЕТИНВЕС – Маріупольський ремонтно-механічний завод»

- капітальний ремонт дугової сталеплавильної печі ємністю три тони (розробка та монтаж силових шаф та шаф керування, заміна двигунів, заміна кабельно-провідникових матеріалів, пусконаладжувальні роботи).

Аналіз фінансово-економічних показників. Аналіз фінансово-економічних показників ТОВ «БЕК» за останні 2 роки показав зростання таких основних індикаторів як дохід та прибуток. Це відбулося завдяки

тому, що підприємство почало займатися не тільки електромонтажними роботами, а й модернізацією та автоматизацією електричного обладнання.

Так, встановлено, що доходи ТОВ «БЕК» з 2016 до 2018 виросли майже в 2 рази, прибуток на 3 371 123 грн., але рентабельність почала знижуватися, це видно в таблиці 1.4.

Таблиця 1.4 – Основні фінансово-економічні показники ТОВ «БЕК», 2016-2018 рр.

Рік	Кількість виконаних робіт	Дохід, грн.	Темпи росту доходу	Витрати, грн.	Прибуток, грн..	Рентабельність, %
2016	8	4 047 058	1	3 359 058	688 000	17
2017	13	5 678 571	1,4	4 883 571	795 000	14
2018	15	7 418 181	1,3	6 602 181	816 000	11

Отже, можна зробити висновки, що ТОВ "БЕК" має досить гарні показники росту доходу, але також видно, що рентабельність швидко падає. Динаміка показників наведена на рисунку 1.1.

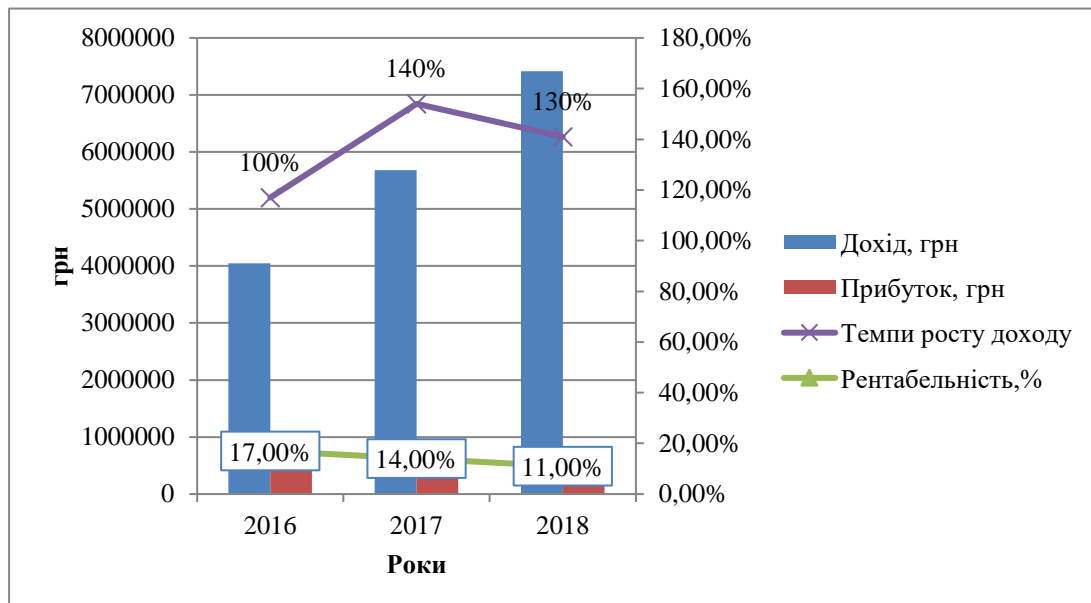


Рисунок 1.1 – Динаміка основних фінансово-економічних показників ТОВ «БЕК», 2016-2018рр.

Виходячи з аналізу фінансових показників, ми бачимо спад рівня рентабельності, хоча доходи ростуть. Тому, на підприємстві є управлінська проблема пов'язана з падінням рівня рентабельності. Це є наслідком збільшення витрат підприємства. Для більш детального аналізу та виявлення можливих шляхів вирішення управлінської проблеми дослідимо комплекс маркетингу ТОВ «БЕК».

1.2 Дослідження комплексу маркетингу підприємства на ринку промислових послуг

Аналіз товарної політики підприємства. Основними різновидами діяльності ТОВ «БЕК» є: електромонтаж, автоматизація та модернізація обладнання промислового призначення.

Структура товарного асортименту:

1. Електромонтажні роботи – це операції, які потрібно виконати під час монтажу електричного кола. До них належать:

- перевірка пристроїв релейного захисту, схем управління, сигналізації та засобів автоматики;
- електромонтажні роботи: прокладка кабелів, набір панелей управління, монтаж електрообладнання;
- настройка максимальних струмових захистів перетворювальних агрегатів;
- обслуговування ремонт та налагодження систем управління, схем управління захистів;
- обслуговування, ремонт і налагодження електричних перетворювачів частоти;
- усунення несправностей в електронних пристроях і ліній з ЧПУ, наладка систем ЧПУ;
- допомога в проведенні аналізу працездатності обладнання з ЧПУ;
- налагодження електронних блоків цехового обладнання;

- інсталяція і модифікація програмного забезпечення;
- консультація цехового обслуговуючого персоналу.

2. Автоматизація та модернізація обладнання промислового призначення [4] – є одним з напрямів науково-технічного прогресу, який спрямовано на застосування саморегульованих технічних засобів, економіко-математичних методів і систем керування, що звільняють людину від участі у процесах отримання, перетворення, передачі і використання енергії, матеріалів чи інформації, істотно зменшують міру цієї участі чи трудомісткість виконуваних операцій.

Використання електротехнічних і електронних компонентів, вироблених ABB, Siemens, Finder, GeneralElectric, Wohner, SchneiderElectric та інших відомих виробників. Роботи виконуються напругою понад 1000 В до 35 кВ.

Зібравши дані про динаміку обсягів продажу ТОВ «БЕК», ми можемо побачити, як змінювалися доходи за основними елементами товарного асортименту за останні три роки та кількість виконання електромонтажних робіт і робіт з автоматизації та модернізації обладнання промислового призначення (таблиця 1.5).

Таблиця 1.5– Динаміка обсягів продажу за основними елементами товарного асортименту

Рік	Електромонтажні роботи, грн.	Кількість виконаних електромонтажних робіт	Роботи з автоматизації та модернізації обладнання, грн.	Кількість виконаних робіт з автоматизації та модернізації обладнання
2016	2 786 032	5	1 261 026	3
2017	3 259 463	7	2 419 108	6
2018	3 056 755	6	4 361 426	9

Як видно з проведеного аналізу, на підприємстві відбувається перерозподіл вагомості послуг за обсягами продажу. Так, у 2016 році підприємство отримувало дохід від електромонтажних робіт більше ніж у 2,2 рази, аніж від робіт з автоматизації та модернізації обладнання. Проте, вже у 2018 році спостерігається зміна вагомості послуг у структурі асортименту. Відбувається збільшення обсягів реалізації саме робіт з автоматизації та модернізації у 1,42 рази у порівнянні з електромонтажними роботами. Структура асортименту наведена на рисунку 1.2.

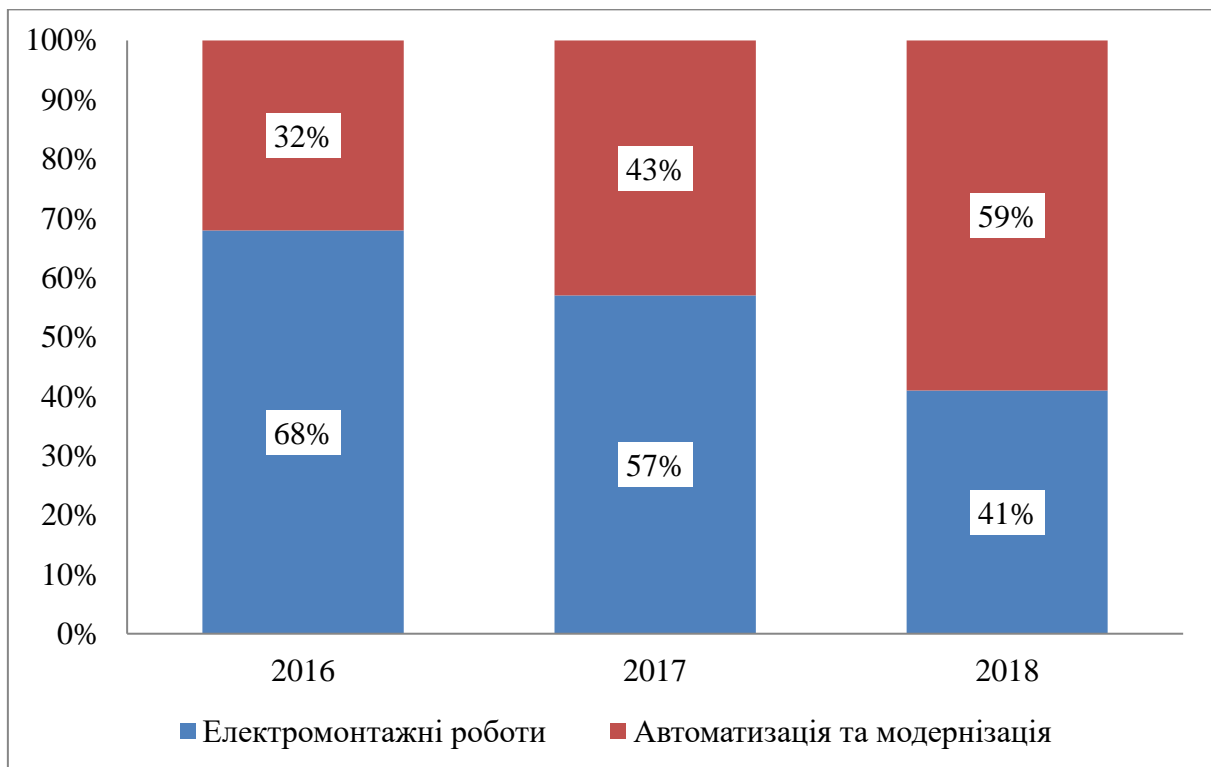


Рисунок 1.2 – Структура обсягів продажу ТОВ «БЕК»

Отже, роботи по автоматизації за останні роки почали нарощуватися в об'ємі та приносити більше доходів, це ж саме можна сказати і про модернізацію. Але можна побачити, що електромонтажні роботи почали приносити менше доходу, тому можна зробити висновок, що і кількість робіт почала скорочуватися. Тому, потрібно дослідити сьогоdnішній попит на електромонтажні послуги та порівняти доцільність переходу від

електромонтажних послуг на автоматизацію та модернізацію промислового обладнання. Оскільки підприємство працює на ринку послуг проаналізуємо більш детально 7Р ТОВ «БЕК» (таблиця 1.6).

Таблиця 1.6 – Аналіз 7Р ТОВ «БЕК»

Компоненти	Опис
Продукт	<p>Автоматизація та модернізація обладнання промислового призначення.</p> <p>Електромонтажні роботи понад 1000 В.</p> <p>Стандартна гарантія від виробника встановленого обладнання.</p> <p>Гарантія від компанії на монтажні послуги – 3-5 років і обслуговування після монтажу в межах договору.</p>
Вартість	<p>Формується на переговорах і конкурентних торгах.</p> <p>Вартість «автоматизації та модернізації» складається з:</p> <ul style="list-style-type: none"> • собівартість обладнання для відпрацювання проектних рішень, а саме створення індивідуальних стендів під кожного замовника (контролери, периферійне обладнання тощо) • собівартість обладнання для запуску • заробітна плата працівникам • коефіцієнт прибутку • адміністративні затрати. <p>Вартість «електромонтажу» складається з:</p> <ul style="list-style-type: none"> • собівартість витратних матеріалів тільки під монтаж без проведення випробувань • заробітна плата працівникам • коефіцієнт прибутку • адміністративні затрати. <p>Стандарти вартості окремих послуг рекомендовані державними установами.</p>
Місце реалізації, дистрибуція	<p>Участь в тендерах, імідж. Процес надання послуг: отримання технічного завдання, розробка проекту, узгодження/участь в тендері, виконання робіт.</p>

Кінець таблиці 1.6

Компоненти	Опис
Просування	Особисті продажі. Зустрічі з потенційними замовниками, презентація компанії, кейсів, участь у виставках.
Люди	Представник компанії, який приймає участь в тендері. Кваліфіковані кадри.
Процес	Повне зіставлення кошторисів, складання проектів, коригування поточного проекту.
Фізичне оточення	Імідж, кейси виконаних робіт, відгуки від колишніх клієнтів.

Отже, можна виділити, що підприємство дає гарантію на свої роботи 3-5 років, вартість для робіт з автоматизації обладнання складається з більш складних чинників та потребує більших затрат для початку виконання робіт, ніж вартість на проведення електромонтажних робіт, має можливість виконувати всі етапи виконання робіт, від проектування до задачі в експлуатацію, проводить регулярні зустрічі з потенційними замовниками, має гарний імідж.

Алгоритм тендерного ціноутворення полягає в наступних етапах:

- 1) визначення цілей участі фірми в тендері;
- 2) оцінка внутрішніх можливостей;
- 3) збір інформації про кількість можливих учасників та їх ціни;
- 4) визначення ймовірності отримання контракту за конкретну ціну і умов тендеру;
- 5) розрахунок прибутку при різних цінах з урахуванням ймовірності виграшу тендера при кожній ціні.

До оферти включають ту ціну, яка дозволяє максимізувати маржинальний прибуток. Однак такий однозначний висновок

справедливий для тих фірм, які беруть участь у багатьох торгах і повинні сформувати свій і портфель пропозицій відповідно до завдання максимізації загальної маси виграшу якщо фірма діє в умовах ринку, що знаходиться в стані стагнації або переживає серйозні фінансові труднощі, то для неї прийнятною може виявитися ціна, яка обіцяє найбільші шанси на перемогу хоча б при мінімальній (мінімально прийнятної) величині маржинального прибутку.

Ціна визначається, в основному, за допомогою програми «АВК». За допомогою неї наша компанія прораховує вартість робіт, які необхідно виконати, їх ми бачимо з проекту.

1.3 Оцінка внутрішнього середовища підприємства: виявлення сильних та слабких сторін підприємства

Після детального розгляду внутрішнього стану ТОВ «БЕК» проведемо кількісний аналіз слабких та сильних сторін підприємства, що передбачає встановлення ваги кожного з факторів та оцінки, що виражає ступінь впливу фактору на діяльність підприємства. Отримана сумарна зважена оцінка інтерпретується в діапазоні від -2,5 до +2,5.

Основним експертами, що досліджували та оцінювали сильні та слабкі сторони, були генеральний директор, комерційний директор, головний інженер, головний бухгалтер. Було розраховано коефіцієнт конкордації, що становить 0,95. Це свідчить про високий ступінь погодженості індивідуальних експертних оцінок. Отже, основні зведені результати внутрішнього середовища наведені в таблиці 1.7. Факторами силами стали – уміння утримувати клієнта та працювати з ним у довгостроковій перспективі, висока кваліфікація основних працівників підприємства, значний досвід роботи на ринку послуг промислових підприємств України, фактори слабкості – недостатня кількість обігових грошових коштів, недостатньо розвинута політика просування, висока вартість надання

послуг автоматизації за рахунок необхідності закупівлі унікального обладнання (контролери, периферійне обладнання тощо) для індивідуальних стендів з метою відпрацювання проектних рішень.

Таблиця 1.7 – IFAS-аналіз ТОВ «БЕК»

Фактори	Вага	Оцінка	Зважена оцінка
<i>Фактори сили</i>			
Уміння утримувати клієнта та працювати з ним у довгостроковій перспективі	0,2	4	0,8
Висока кваліфікація основних працівників підприємства	0,15	4	0,6
Значний досвід роботи на ринку послуг промислових підприємств України	0,15	5	0,75
<i>Фактори слабкості</i>			
Недостатня кількість обігових грошових коштів	0,2	3	0,6
Недостатньо розвинута політика просування	0,1	3	0,3
Висока вартість надання послуг автоматизації за рахунок необхідності закупівлі унікального обладнання (контролери, периферійне обладнання тощо) для індивідуальних стендів з метою відпрацювання проектних рішень	0,2	4	0,8
<i>Сумарна оцінка</i>	1		0,45

В результаті IFAS-аналізу було отримано результуюче значення 0,45, що свідчить про переважання сильних сторін над слабкими у внутрішньому середовищі підприємства.

Отже, управлінська проблема підприємства полягає у зниженні рентабельності продажу та зменшення попиту на послуги електромонтажу.

Рентабельність впала за рахунок збільшення кількості робіт по автоматизації та модернізації відносно електромонтажних робіт. Так як

дані роботи потребують великих фінансових вкладень на початковому етапі, то собівартість почала збільшуватися через «специфічність запитів» наших постійних клієнтів, які намагаються модернізувати та автоматизувати застаріле обладнання. Обслуговування таких запитів потребує індивідуалізованого підходу до кожного з партнерів та закупку унікального обладнання для відпрацювання проектних рішень. У той же час сформовані сталі партнерські довгострокові відносини з нашими постійними клієнтами обумовлюють надання послуг за середньо або навіть нижче ринкових цін. Тому, одним з шляхів вирішення управлінської проблеми є переорієнтування на послугу електромонтажу, яка є більш рентабельною і не потребує закупівлі унікального обладнання для відпрацювання проектних рішень. Дана послуга є більш уніфікованою.

Маркетингова проблема ТОВ «БЕК» полягає у необхідності дослідження поведінкових особливостей споживачів та виявлення критеріїв прийняття рішень на ринку промислових послуг, а саме «електромонтажу».

РОЗДІЛ 2 ДОСЛІДЖЕННЯ ПОВЕДІНКОВИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ СПОЖИВАЧІВ НА РИНКУ ПРОМИСЛОВИХ ПОСЛУГ

2.1 Сегментування споживачів на ринку промислових послуг

В процесі побудови ефективної сегментаційної сітки виникає питання щодо моделей сегментування ринку, які б дозволили вирішити дві найважливіші завдання [5]:

- системно проаналізувати базис сегментації і гарантовано не упустити можливі відмінності в специфіці ринкового попиту різних груп споживачів в межах ринку;
- достатня повнота інформації, яка покладена в основу аналізу при формуванні сітки сегментування ринку;
- зробити процедуру формування та верифікації профілів ринкових сегментів прийнятною за часом і необхідним обчислювальних ресурсів.

Для вирішення цих завдань формуються моделі сегментації ринку.

Традиційно використовується на практиці неформалізована процедура апріорної сегментування ринку носить ітеративний характер. На початку сегментування генеруються змінні, імовірно відображають відмінності щодо груп споживачів. Після цього, проводиться аналіз отриманих комбінацій. Даний аналіз передбачає виявлення і усунення кореляції між різними змінним [6]. Далі, переходять на нову ітерацію, в рамках якої висувається уточнена і доповнена гіпотеза сегментування, проводиться аналіз. Процес триває до тих пір, поки не буде отримана задовільна версія сітки сегментування. Для більш чіткого та уточненого процесу сегментування промислового ринку застосуємо модель Б. Шапіро та Р. Бонамі, яка є різновидом апріорного сегментування [7].

Модель, в основі якої лежить гніздовий метод поетапної сегментації, заснована на п'яти групах критеріїв, які діють за принципом вкладених

ієрархій. Початок сегментації відбувається з верхніх рівнів, оскільки тут дані більш доступні. Далі проводиться виділення груп промислових споживачів на основі специфічних характеристик організацій-споживачів (таблиця 2.1).

Таблиця 2.1 – Сегментування ринку промислових послуг «електромонтажу»

<i>Змінна сегментування</i>	<i>Значення змінної</i>	<i>Специфіка</i>
<i>Сфера діяльності підприємства</i>	Промислові підприємства	Специфічність замовлень. Складні технічні рішення.
	Будівельні компанії	Велика об'єм замовлень через постійне будівництво нових споруд (промислові об'єкти, цивільні споруду).
	Роздрібна торгівля	Постійна потреба в переоснащенні нових торгових приміщень, регулярне обслуговування.
	Приватні особи	Прості задачі та малі об'єми замовлення
<i>Місце розташування підприємства</i>	До 150 км. Від місця розташування нашої компанія	Доставка персоналу до місця проживання, зниження витрат на паливо, проживання персоналу на додаткові витрати (відрядні кошти). Швидкість реагування під час надзвичайної ситуації на об'єкті
	Більше 250 км. від місця розташування нашої компанії	Збільшення витрат на одиницю персоналу – відрядні кошти, проживання.
<i>Розмір підприємства-замовника</i>	Велике	Потенційно велика кількість замовлень на наші послуги. Гарна можливість проявити позитивні сторони компанії, задля подальшої співпраці.
	Мале/Середнє	Висока швидкість виконання замовлення;
<i>Фінансові можливості</i>	Хороші	Підприємства готові робити все "по технології", ставити якісне обладнання.
	Погані	Підприємства будуть намагатися економити на кожній позиції, для здешевлення послуги, хоч це і понесе додаткові затрати надалі.
<i>Фактори закупівлі обладнання</i>	Напряму	Висока швидкість закупівлі.
	Через комітет закупівлі	Довга перевірка всіх позицій обладнання. Надходження «рекомедацій», які зазвичай недоцільні.

Кінець таблиці 2.1

<i>Змінна сегментування</i>	<i>Значення змінної</i>	<i>Специфіка</i>
<i>Власність</i>	Іноземці з прогресивними поглядами	Є чітке бачення розвитку бізнес; Є іноземний досвід відносно розвитку. Більші фінансові можливості;
	Місцеві власники з позитивними поглядами розвитку свого бізнесу	Намір проводити якісні зміни.
	Місцеві власники з застарілими поглядами на бізнес	Вимушена потреба проведення електромонтажних робіт. Скоріш за все недалекоглядні погляди на розвиток підприємства.
<i>Модель прийняття рішення про замовлення</i>	Колективно	Рішення приймається групою відповідальних осіб. Довше приходять згоди відносно деяких питань. Всебічне розуміння ситуації.
	Одноосібно	Швидке прийняття рішення. В деяких питаннях можлива недостатнє розуміння.
<i>Лояльність відносно нашої компанії</i>	Високий рівень (Часто виконуються роботи на даному підприємстві)	Компанії розуміють всі переваги нашої компанії. Готовність співпрацювати з нами. Віддається перевага нашій компанії на відміну іншим.
	Низький рівень (перший раз виконуються послуги)	Необхідність для початку налагодити зв'язки з топ менеджментом, проявити свої переваги.

Аналізуючи всіх наших клієнтів та їх особливості, ми виділили основні критерії, відносно яких ми можемо проводити роботи.

Основним експертами, що виділяли сегменти за методом "Шапіро-Бонома", були генеральний директор, комерційний директор, головний інженер, головний бухгалтер. Було розраховано коефіцієнт конкордації, що становить 0,9. Це свідчить про високий ступінь погодженості індивідуальних експертних оцінок.

Сегмент 1: Великі промислові підприємства, які розташовуються до 150 км від місця розташування нашої компанії, вони мають хороші фінансові можливості через іноземні інвестиції, також їх мажоритарними власниками є іноземці, тому вони мають прогресивні погляди на розвиток підприємства. Найголовніші недоліки – це специфічність замовлень, які

потребують складних технічних рішень, рішення зазвичай приймаються колективно та закупівлі проходять через тендерний відділ. Проводять пошук підрядників через тендерні сервіси, особисті зустрічі, рекомендації від знайомих, виставки.

Сегмент 2: Великі промислові підприємства, які розташовуються понад 250 км від місця розташування нашої компанії, вони мають хороші фінансові можливості через іноземні інвестиції, також їх мажоритарними власниками є іноземці, тому вони мають прогресивні погляди на розвиток підприємства. Найголовніші недоліки - це специфічність замовлень, які потребують складних технічних рішень, рішення зазвичай приймаються колективно та закупівлі проходять через тендерний відділ, віддаленість від розташування нашої фірми, що збільшує витрати під час виконання робіт. Проводять пошук підрядників через тендерні сервіси, особисті зустрічі, рекомендації від знайомих, виставки.

Сегмент 3: Малі та середні промислові підприємства, які розташовуються до 150 км від місця розташування нашої компанії, вони мають середні або погані фінансові можливості. Зазвичай рішення приймаються одноосібно або вузьким колом до 5 осіб. Найголовніші недоліки - це специфічність замовлень, які потребують складних технічних рішень, так як фінансові можливості слабкі, тому підприємства будуть намагатися економити на кожній позиції для здешевлення послуг. Проводять пошук підрядників через особисті зустрічі, рекомендації від знайомих, виставки, поштову розсилку.

Сегмент 4: Малі та середні промислові підприємства, які розташовуються понад 250 км від місця розташування нашої компанії, вони мають середні або погані фінансові можливості. Зазвичай рішення приймаються одноосібно або вузьким колом до 5 осіб. Найголовніші недоліки - це специфічність замовлень, які потребують складних технічних рішень, так як фінансові можливості слабкі, тому підприємства будуть намагатися економити на кожній позиції для здешевлення послуг.

Проводять пошук підрядників через особисті зустрічі, рекомендації від знайомих, виставки, поштову розсилку.

Сегмент 5: Великі будівельні компанії, які розташовуються понад 250 км від місця розташування нашої компанії, вони мають хороші фінансові можливості через іноземних інвесторів або місцевих. Рішення про вибір підрядника проймається колективно. Відбір підрядників відбувається тендерним методом. Недоліки - необхідність початкового вкладання в обладнання від 400 000 грн. та додаткові фінансові витрати на транспортування або утримання робочих у іншому місті. Проводять пошук підрядників через тендерні сервіси, особисті зустрічі, рекомендації від знайомих, виставки.

Сегмент 6: Великі будівельні компанії, які розташовуються до 150 км від місця розташування нашої компанії, вони мають хороші фінансові можливості через іноземних інвесторів або місцевих. Рішення про вибір підрядника проймається колективно. Відбір підрядників відбувається тендерним методом. Недоліки - необхідні додаткові кошти для початкової закупівлі обладнання від 400 000 грн. Проводять пошук підрядників через тендерні сервіси, особисті зустрічі, рекомендації від знайомих, виставки.

Сегмент 7: Малі на середні будівельні компанії, які розташовані до 150 км від місця розташування нашої компанії, вони мають середні фінансові можливості, рішення про відбір підрядників проводиться внутрішнім тендером керівництвом компанії до 5 осіб або одноосібно. Достатня кількість об'єктів для будівництва. Проводять пошук підрядників через особисті зустрічі, рекомендації від знайомих, виставки, поштову розсилку.

Сегмент 8: Малі на середні будівельні компанії, які розташовані понад 250 км від місця розташування нашої компанії, вони мають середні фінансові можливості, рішення про відбір підрядників проводиться внутрішнім тендером керівництвом компанії до 5 осіб або одноосібно. Недоліки - витрати на транспортування та утримання робочих. Проводять

пошук підрядників через особисті зустрічі, рекомендації від знайомих, виставки, поштову розсилку.

Сегмент 9: Великі підприємства роздрібної торгівлі, які розташовані до 150 км. Зазвичай мають іноземні інвестиції. Вони можуть відкривати філіал, тобто мають сформульоване технічне завдання або нові підприємства роздрібної торгівлі. Рішення приймається колегіально, переважно це або внутрішній тендер або тендери на спеціальних платформах. Недоліки – необхідні додаткові кошти для початкової закупівлі обладнання від 300 000 грн. Проводять пошук підрядників через тендерні сервіси, особисті зустрічі, рекомендації від знайомих, виставки.

Сегмент 10: Великі підприємства роздрібної торгівлі, які розташовані понад 250 км. Зазвичай мають іноземні інвестиції. Вони можуть відкривати філіал, тобто мають сформульоване технічне завдання або нові підприємства роздрібної торгівлі. Рішення приймається колегіально, переважно це або внутрішній тендер або тендери на спеціальних платформах. Недоліки – додаткові витрати на розміщення робочих та витрати на транспортування та утримання, необхідний великий оборотний капітал від 300 000 грн. Проводять пошук підрядників через тендерні сервіси, особисті зустрічі, рекомендації від знайомих, виставки.

Сегмент 11: Середні або малі підприємства роздрібної торгівлі, які розташовані до 150 км. від місця розташування підприємства. Іноземні, місцеві інвестори або підприємці з особистими капіталами. Рішення приймаються одноосібно або у вузькому колі топ менеджерів до 5 осіб. Велика кількість підприємств, які відкривають нові місця реалізації. Немає необхідності мати додаткові кошти, так як собівартість низька і зазвичай замовник відразу замовляю обладнання за власний рахунок. Проводять пошук підрядників через особисті зустрічі, рекомендації від знайомих, виставки, поштову розсилку.

Сегмент 12: Середні або малі підприємства роздрібної торгівлі, які розташовані понад 250 км. від місця розташування підприємства. Іноземні,

місцеві інвестори або підприємці з особистими капіталами. Велика кількість підприємств, які витривають нові місця реалізації. Рішення приймаються одноосібно. Немає необхідності мати додаткові кошти, так як собівартість низька і зазвичай замовник відразу замовляю обладнання за власний рахунок. Проводять пошук підрядників через особисті зустрічі, рекомендації від знайомих, виставки, поштову розсилку.

Сегмент 13: Приватні особи, які розміщуються до 150 км. від місця розташування підприємства. Рішення приймаються одноосібно. Велика кількість замовників, рентабельність низька через невеликий об'єм замовлення. Немає необхідності мати додаткові кошти, так як собівартість низька і зазвичай замовник відразу замовляю обладнання за власний рахунок, є труднощі для пошуку таких замовників, так як через основні канали ми не перетинаємось.

Сегмент 14: Приватні особи, які розміщуються понад 250 км. від місця розташування підприємства. Велика кількість замовників, але рентабельність низька через невеликий об'єм замовлення та додаткові витрати, які пов'язані з транспортуванням та утриманням робочих. Рішення зазвичай приймаються одноосібно. Немає необхідності мати додаткові кошти, так як собівартість низька і зазвичай замовник відразу замовляю обладнання за власний рахунок, є труднощі для пошуку таких замовників, так як через основні канали ми не перетинаємось.

Проаналізувавши всі виділені сегменти та всі їх переваги та недоліки, а саме - розмір підприємства, місце розташування, вид власності модель прийняття рішення про замовника, керівництвом компанії було відзначено, що найбільш привабливі характеристики – це близьке локальне розміщення (до 150 км), розмір підприємства, через те, що на великих підприємствах переважно тендерний метод відбору підрядника, не потрібно вкладати особисті кошти фірми на початковому етапі роботи, зручність пошуку по опрацьованим каналам.

Проаналізувавши всі виділені сегменти, керівництвом компанії було відзначено такі найбільш привабливі сегменти: 3, 7, 11, через те, що вони знаходяться в діапазоні до 150 км, мають середній або малий розмір підприємства, немає необхідності початкових вкладень грошей для початку проведення робіт, рішення приймаються одноосібно або в вузькому колі осіб, канали просування, через які можливість знайти нових замовників вже опрацьована.

Згідно з вторинними даними [10] – за I квартал 2019 року капітальні інвестиції в економіку України зросли на 21,7% у порівнянні з аналогічним періодом минулого року. Найбільші капіталовкладення у I кварталі 2019 року були здійснені у промисловість країни – 44,1 млрд. грн. (на 38,2% більше, ніж у I кварталі 2018 року). Друге місце за обсягами капітальних інвестицій посіло будівництво – 11,77 млрд. грн. (на 13,2% більше), третє – сільське господарство – 10,97 млрд. грн. (на 2,5% більше).

Це свідчить про потенційний розвиток через додаткові інвестиції саме тих сфер бізнесу, які є нашими потенційними замовниками.

Наразі в місті Дніпро та області налічується більш ніж 30 нових житлових будівель та більше 190 – супермаркетів, гіпермаркетів, універсамів, універмагів, роздрібних мереж, які входять у зручне географічне розташування для нашого підприємства, а саме – до 150 км. від місця розташування (м. Нікополь).

2.2 Обґрунтування підходу до вирішення проблеми маркетингового дослідження

Проведений аналіз внутрішнього середовища дозволив виявити наступну управлінську проблему, а саме зниження рентабельності продажу та зменшення попиту на послуги електромонтажу.

Маркетингова проблема підприємства полягає у виявленні поведінкових особливостей споживачів на ринку промислових послуг, а саме «електромонтажу».

Відповідно до означеної проблеми були виявленні характеристики, що будуть досліджуватися. Ці характеристики будуть в першу чергу стосуватися особливостей поведінки фірм-замовників, а також особливостей прийняття рішень споживачами на ринку промислових послуг.

Обговорення проблеми з менеджерами та керівництвом ТОВ «БЕК» дозволило сформулювати наступні пошукові питання:

1. Які критерії відбору підрядчика на виконання електромонтажних робіт означеними сегментами?
2. Чи є попит на проведення електромонтажних робіт?
3. Які обсяги робіт з електромонтажу планує замовники?
4. Яка частота замовлення послуг електромонтажу?
5. На яку суму у середньому замовляються послуги електромонтажу на рік?
6. Що впливає на формування партнерських відносин з підрядчиком?

Для обґрунтування та інтерпретації отриманих даних було розроблено аналітичну модель на основі поведінкової теорії.

Аналітична (теоретична) модель – була вибрана теорія поведінки споживачів на промисловому ринку, а саме модель Байґріда [8].

Процес прийняття рішення індустріальним споживачем щодо купівлі товарів (послуг) складається з шести послідовних етапів. Залежно від ситуації купівлі товарів (послуг) на промисловому ринку змінюється важливість деяких етапів, а сам процес купівлі залишається без змін [9].

У ситуації нової купівлі важливості набуває етап усвідомлення і виявлення потреби, адже така ситуація характеризується надзвичайно високим рівнем ризику та невизначеності, в зв'язку з чим потребує

реалізації різноманітних функцій служб підприємства та значної кількості інформації.

У ситуації звичної купівлі із деякими змінами важливості набуває етап пошуку та ідентифікації постачальників, оскільки в цьому разі підприємство хоче купувати товари іншої якості, з іншими технічними характеристиками, за іншою ціною, з іншими умовами постачання тощо.

За звичної купівлі без будь-яких змін важливим є етап оцінювання результатів купівлі, оскільки підприємство на систематичній основі замовляє товари чи послуги у постачальника без оцінки варіантів купівлі, аналізу пропозицій тощо.

Гіпотеза. Основними критеріями вибору промисловим клієнтом компанії, що надає послуги електромонтажу, є в першу чергу вартість робіт та якість. Щоб проаналізувати саме якість виконання роботи, замовники можуть звертати увагу на наявність матеріально-технічної бази, кваліфікацію кадрів, місце розташування фірми підрядника, рекомендації від клієнтів даних підрядників та можливість проведення всього комплексу робіт без залучення додаткових підрядників.

Мета дослідження – дослідити поведінкові особливості цільових сегментів, їх попит та модель прийняття рішень про вибір підрядника.

Задачі дослідження:

1. Виявити критерії відбору підрядників нашими цільовими сегментами.
2. Виявити приблизні плани по частоті на обсягу проведення робіт з електромонтажу
3. Виявити, на яку суму в середньому плануються замовлення на електромонтажні послуги.
4. Виявити, що впливає на формування партнерських відносин з підрядником.

У ході маркетингових досліджень можуть використовуватись такі джерела маркетингової інформації: друковані видання (періодика,

монографії, брошури, огляди ринків, довідники, статистичні збірники), спеціальні дослідження (опитування, спостереження експерименти, імітації), довідки офіційних організацій, експортерів, представників фірм, балансові звіти, каталоги, проекти інших підприємств, виставки, ярмарки, конференції, презентації, узагальнені думки покупців, споживачів, клієнтів, постачальників, посередників, фінансових організацій, неформальні джерела (чутки, просочування інформації) [11].

Для проведення дослідження було обране особисте опитування менеджерів потенційних фірм-замовників (холодні дзвінки). Особисте опитування відбувається віч-на-віч; цей метод гнучкий, орієнтований на одержання великої кількості відповідей, знижує невизначеність [12]. На опитування телефоном витрачається менше часу і коштів. Відповіді стислі, проте досить часто респонденти відмовляються відповідати. Крім того інтерв'юер повинен бути впевнений, що розмовляє саме з тим, хто йому потрібний.

Всього було опитано 50 чоловік. По одному представнику с кожного потенційного підприємства-замовника. В опитуванні приймали участь респонденти таких посад: генеральні директори, комерційні директори, начальники відділу маркетингу, начальники відділу закупівель, головні інженери, головні бухгалтери.

Інструментом опитування є анкета або систематизований перелік питань, що відносяться до досліджуваної проблеми. Питання можуть бути відкритими і закритими.

Шкали, що будуть використовуватись. Номінальна шкала (шкала найменувань) використовується у вимірах, при яких числа присвоюються об'єктам або класам об'єктів тільки з метою їх ідентифікації [13]. Шкала найменувань має тільки характеристику опису і встановлює відповідність до об'єктів, які описуються, і тільки назву; жодних кількісних характеристик не застосовується. Об'єкти вимірювання поділяються на множину взаємовиключних і вичерпних категорій. Шкала найменувань

визначає відносини рівності між об'єктами, об'єднаними в одну категорію [12].

Анкета для проведення досліджень.

1. Яка сфера діяльності Вашого підприємства?

- Промислове підприємство
- Будівельна компанія
- Роздрібна торгівля

2. Розмір Вашого підприємства:

- Велике
- Середнє
- Мале

3. Чи проводились (можливо планується) у Вас на підприємстві електромонтажні роботи?

- Так
- Ні

4. Оцініть від 1 до 5, які саме критерії для Вас важливіші під час вибору фірми-підрядчика на проведення електромонтажних робіт?

- Наявність повної матеріально-технічної бази
- Можливості надання повного комплексу робіт (від проектування до фінальної здачі)
- Великий досвід в даній сфері
- Рекомендації від знайомих замовників
- Наявність висококваліфікованих робочих
- Близька локальна присутність

5. Чи є у Вас підрядчики, які постійно виконують роботи з Вашим підприємством

- Так
- Ні

6. Чи виконувались роботи на Вашому підприємстві ТОВ "Буд Електро Комплект"?
- Так
 - Ні
7. Як ви оціните (від 1 до 5) результати співпраці між Вашим підприємством та ТОВ "Буд Електро Комплект"?
8. Звідки дізналися про ТОВ "Буд Електро Комплект"?
- Рекомендації від партнерів
 - Особиста зустріч
 - На профільній виставці
 - Були заявлені у тендері
 - Поштова розсилка
9. Чи є у Вас запити на проведення електромонтажних робіт у найближчі 2-3 місяці?
- Так
 - Ні
10. Яких об'єм робіт планується в грошовому вираженні?
- До 50 000 грн.
 - 100 000 грн. – 450 000 грн.
 - 450 000 грн. – 700 000 грн.
 - 700 000 грн. – 1 000 000 грн.
 - 1 500 000 грн. +
11. Яка кількість робіт планується виконуватись в цьому році?
- 1 – 2 роботи
 - 3 – 5 робіт
 - 5 – 8 робіт
 - 8 – 10 робіт

Методика аналізу анкет. Опрацювання отриманих результатів передбачає певну послідовність дій (рисунок 2.1). Дані дослідження опрацьовані за допомогою програмного забезпечення Excel та SPSS.

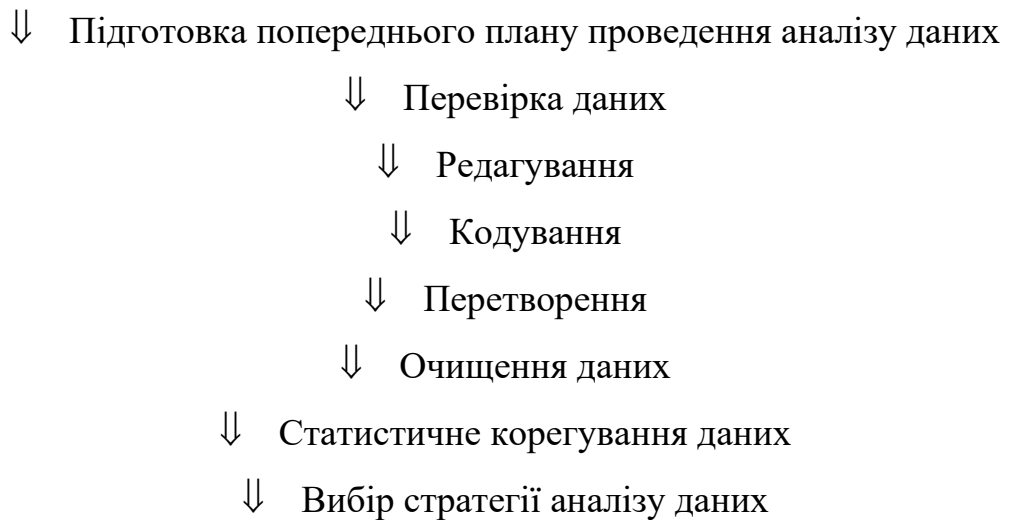


Рисунок 2.1 – Послідовність опрацювання результатів дослідження

Отже, на основі даної методики, щодо проведення даного дослідження, збір даних для досліджування проводився в період: з 17 грудня 2018 року до 13 січня 2019 року, його проводив маркетолог підприємства ТОВ "Буд Електро Комплект", аналіз та обробка даних тривала з 14 січня 2019 року до 21 квітня 2019 року.

Слід зазначити, що коефіцієнт відгуку становив 88%, що говорить про репрезентативність отриманих даних, тобто всі ті, входив до вибірки дослідження, був досягнутий та надав відповіді на запитання анкети.

Частина дослідження була проведена телефонним опитуванням, інша частина проводилася віч-на-віч, з тими підприємствами, з якими встановлено партнерські відносини та була змога донести всю особливість запитань більш детально.

Отримані дані дозволять описати детально особливості поведінки споживачів на ринку промислових послуг.

2.3 Особливості прийняття рішень при виборі промислової послуги

Було опитано 50 респондентів, виділивши наші цільові сегменти, ми маємо серед опитаних (див. рис. 2.1): промислові підприємства – 9 шт., 0 з них великі, 7 – середні, 2 – малі. Будівельні компанії – 25 шт., 0 – великі, 20 – середні, 5 – малі. Підприємства роздрібної торгівлі – 16 шт., 0 – великі, 7 – середні, 9 – малі.

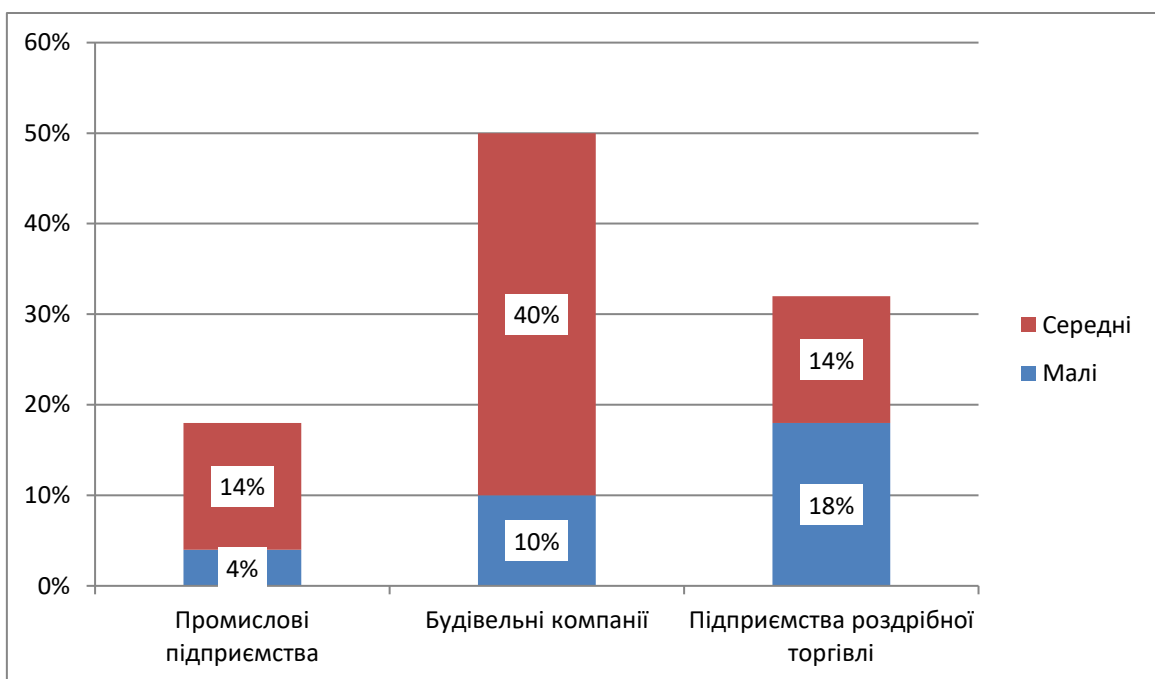


Рисунок 2.1 – Розмір та сфера діяльності опитаних підприємств.

Також, ми дізналися, що на всіх підприємствах планується проведення робіт з електромонтажу.

Середні промислові підприємства оцінили в середньому на 4,6 бали наявність повної матеріально-технічної бази, на 4,2 бали можливість надання повного комплексу робіт, на 4,8 бали великий досвід в даній сфері, на 4,5 бали рекомендації від знайомих замовників, на 4,5 бали наявність висококваліфікованих робочих та на 4,2 бали близьку локальну присутність.

Малі промислові підприємства оцінили в середньому на 4,8 бали наявність повної матеріально-технічної бази, на 4,5 бали можливість надання повного комплексу робіт, на 4,7 бали великий досвід в даній сфері, на 4,3 бали рекомендації від знайомих замовників, на 4,7 бали наявність висококваліфікованих робочих та на 4,1 бали близьку локальну присутність.

Середні будівельні компанії оцінили в середньому на 4,2 бали наявність повної матеріально-технічної бази, на 4,2 бали можливість надання повного комплексу робіт, на 4,6 бали великий досвід в даній сфері, на 4,2 бали рекомендації від знайомих замовників, на 4,7 бали наявність висококваліфікованих робочих та на 3,8 бали близьку локальну присутність.

Малі будівельні компанії оцінили в середньому на 4,6 бали наявність повної матеріально-технічної бази, на 4,5 бали можливість надання повного комплексу робіт, на 4,5 бали великий досвід в даній сфері, на 4,4 бали рекомендації від знайомих замовників, на 4,5 бали наявність висококваліфікованих робочих та на 3,9 бали близьку локальну присутність.

Середні підприємства роздрібної торгівлі оцінили в середньому на 4,5 бали наявність повної матеріально-технічної бази, на 4,6 бали можливість надання повного комплексу робіт, на 4,4 бали великий досвід в даній сфері, на 4,2 бали рекомендації від знайомих замовників, на 4,5 бали наявність висококваліфікованих робочих та на 4,2 бали близьку локальну присутність.

Малі підприємства роздрібної торгівлі оцінили в середньому на 4,8 бали наявність повної матеріально-технічної бази, на 4,8 бали можливість надання повного комплексу робіт, на 4,6 бали великий досвід в даній сфері, на 4,8 бали рекомендації від знайомих замовників, на 4,6 бали наявність висококваліфікованих робочих та на 3,8 бали близьку локальну присутність.

Підводячи підсумки по оцінкам основних критеріїв з вибору підрядників (див. рис. 2.2), можна відмітити, що в середньому наші респонденти оцінили важливість наявності матеріально-технічної бази на 4,67 бали, можливість надання повного комплексу робіт – 4,4 бали, великий досвід в даній сфері – 4,37 бали, рекомендації від знайомих замовників – 4,25 бали, наявність висококваліфікованих робочих – близьку локальну присутність – 4,1 бали.

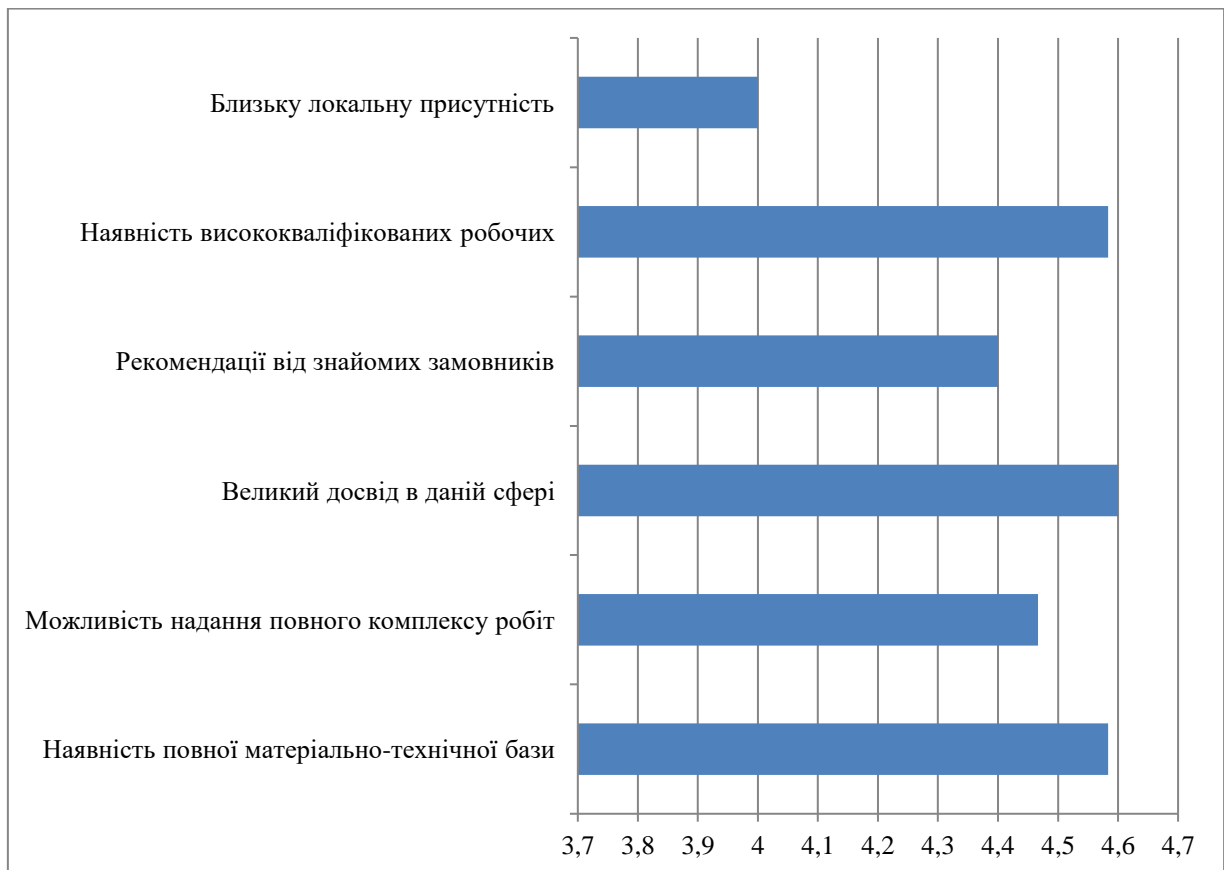


Рисунок 2.2– Усереднені оцінки важливості критеріїв під час вибору підрядника.

Необхідно відмітити, що 66% респондентів відмітили, що в них є підрядники, які постійно виконують роботи на їх підприємстві. Це однозначно свідчить про те, що вміння встановлювати контакт для постійної співпраці, відіграє важливу для успішності підприємства, так як

це скорочує додаткові фінансові витрати та сили на пошук нових замовників.

Також, виходячи з відповідей респондентів ми можемо побачити (див. рис. 2.3), що 76% з опитаних будівельних підприємств мають підрядників, з якими вони постійно працюють, 56% з підприємств роздрібною торгівлі мають підрядників, з якими вони постійно працюють, промислові підприємства – 55%.



Рисунок 2.3 – Кількість підприємств по сферам діяльності, які мають постійних підрядників

Встановлено, що у 96% респондентів є плани на проведення робіт у найближчі 2-3 місяці. Також було досліджено ступінь обізнаності про ТОВ «БЕК» та джерела інформації звідкіля було отримано інформацію про нас або звідкіля вони її зазвичай отримують при пошуку підрядників. Результати наведено на рисунку 2.4.

- Рекомендації від партнерів – 20%
- Особиста зустріч – 44% респондентів
- На профільній виставці – 10% респондентів

- Були заявлені у тендері – 18% респондентів
- Поштова розсилка – 8% респондентів.

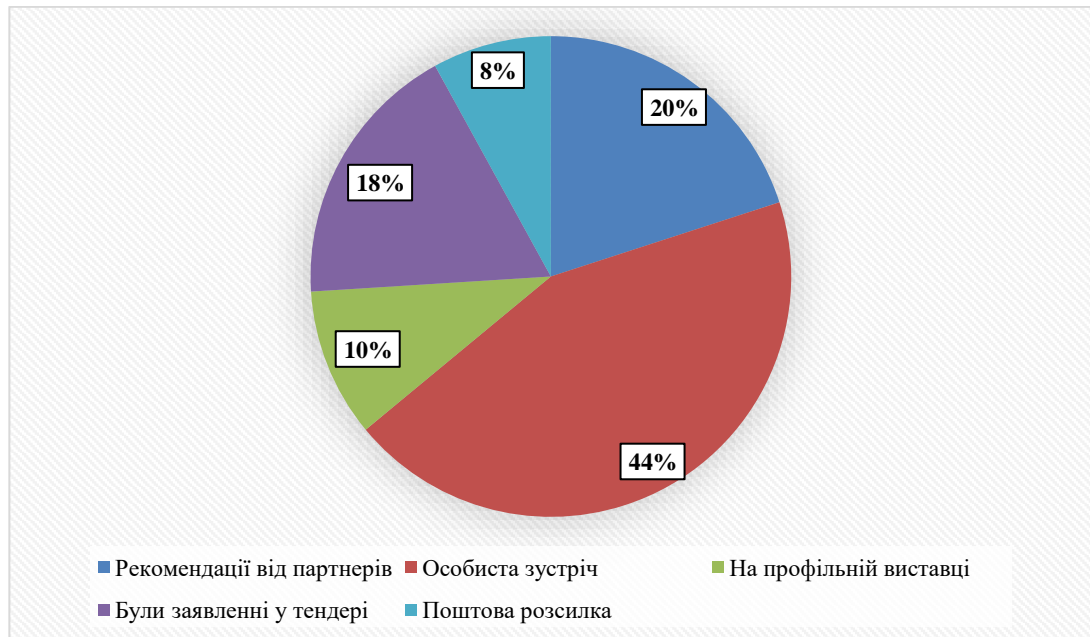


Рисунок 2.4—Основні джерела інформації при пошуку підрядників

Виходячи з результатів даного опитування ми бачимо, що більшість з опитуваних респондентів дізналися про нас з особистих зустрічей, п'ята частин респондентів дізналася про нас від партнерів через рекомендації. Тому, на мою думку, необхідно проводити роботу по просуванню саме через особисті зустрічі, проводити презентації, доносити до клієнтів цінність співпраці з нами.

Для виявлення переваг різних сегментів було проведено пов'язаний аналіз за такими критеріями, як сфера діяльності підприємства та джерела інформації. За результатами аналізу (рисунок 2.5) було встановлено, виявлено залежність про те, які сфери та як саме дізнаються про підрядників для проведення електромонтажних робіт.

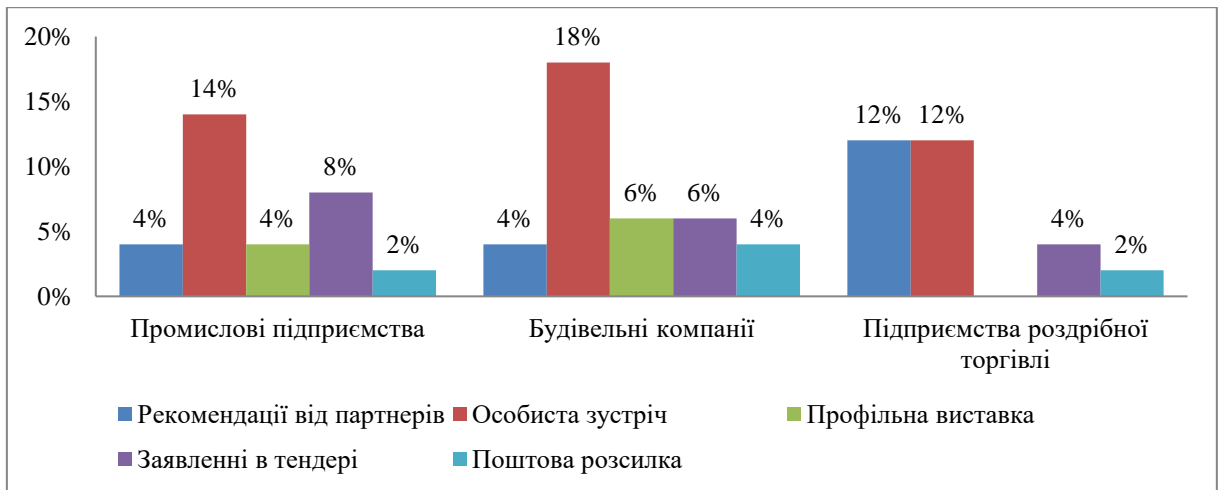


Рисунок 2.5 – Спосіб впізнавання підрядників по сферам замовників

Провівши опитування було сформовано орієнтовні плани на кількість та об'єми проведення робіт з електромонтажних послуг на 2019 рік(див. рис. 2.6). Так, приблизно 7 підприємств мають плани на проведення робіт (див. рис. 2.6) об'ємом до 50 000 грн. Такі роботи займають мінімум часу та не потребують великий трудових чи фінансових затрат. 12 підприємств мають плани на проведення робіт об'ємом до 100 000 – 450 000 грн. 12 підприємств – об'ємом 450 000 – 700 000 грн. 11 підприємств – об'ємом 700 000 – 1 000 000 грн. 8 підприємств – об'ємом 1 500 000 грн. та більше. Отримані дані дозволять прорахувати ємність сегментів.

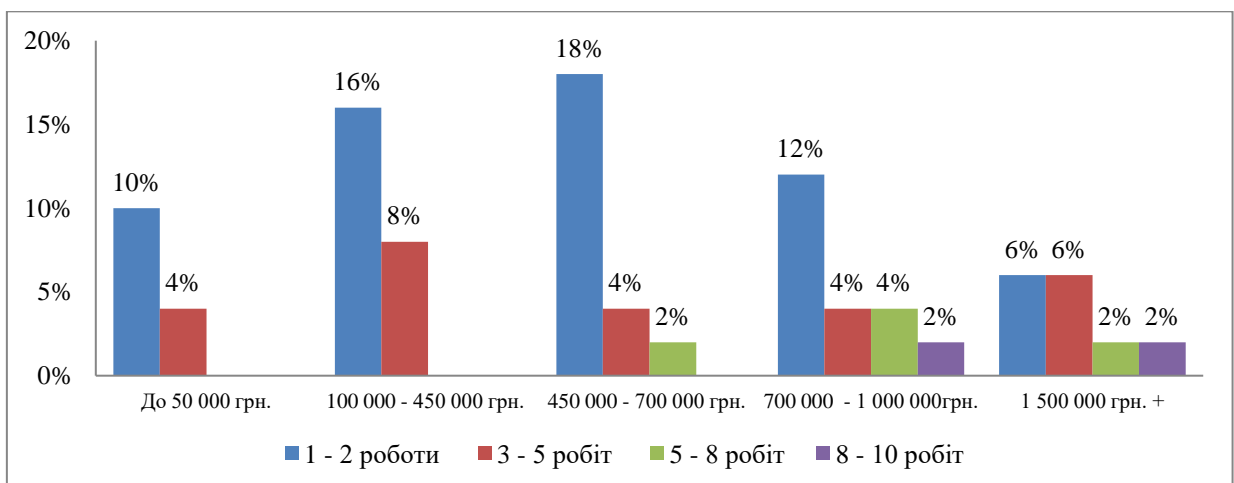


Рисунок 2.6 – Об'єм та частота проведення електромонтажних робіт

Провівши прорахунки по максимальному потенціалу опитуваних респондентів, можна визначити (див. рис. 2.7), що 7 підприємств можуть принести нам до 350 000 грн. загального доходу при виконанні від 11 робіт, 12 підприємств можуть принести до 5 400 000 грн. при виконанні від 20 робіт, 12 підприємств можуть принести до 8 400 000 грн. при виконанні від 21 роботи, 11 підприємств можуть принести до 11 000 000 грн. при виконанні 22 робіт та 11 підприємств можуть принести нам більш ніж 16 500 000 грн. при виконанні 25 робіт.

Результати показали, що всього потенційно опитані респонденти можуть принести до 41,65 млн. грн. Якщо брати по сферам їхньої діяльності, то малі промислові підприємства можуть принести до 1,6 млн. грн., середні промислові підприємства – до 6,75 млн. грн., малі будівельні компанії – 2,4 млн. грн., середні будівельні компанії – 15,605 млн. грн., малі підприємства роздрібною торгівлі – 3,7 млн. грн., середні підприємства роздрібною торгівлі – 11,595 млн. грн.

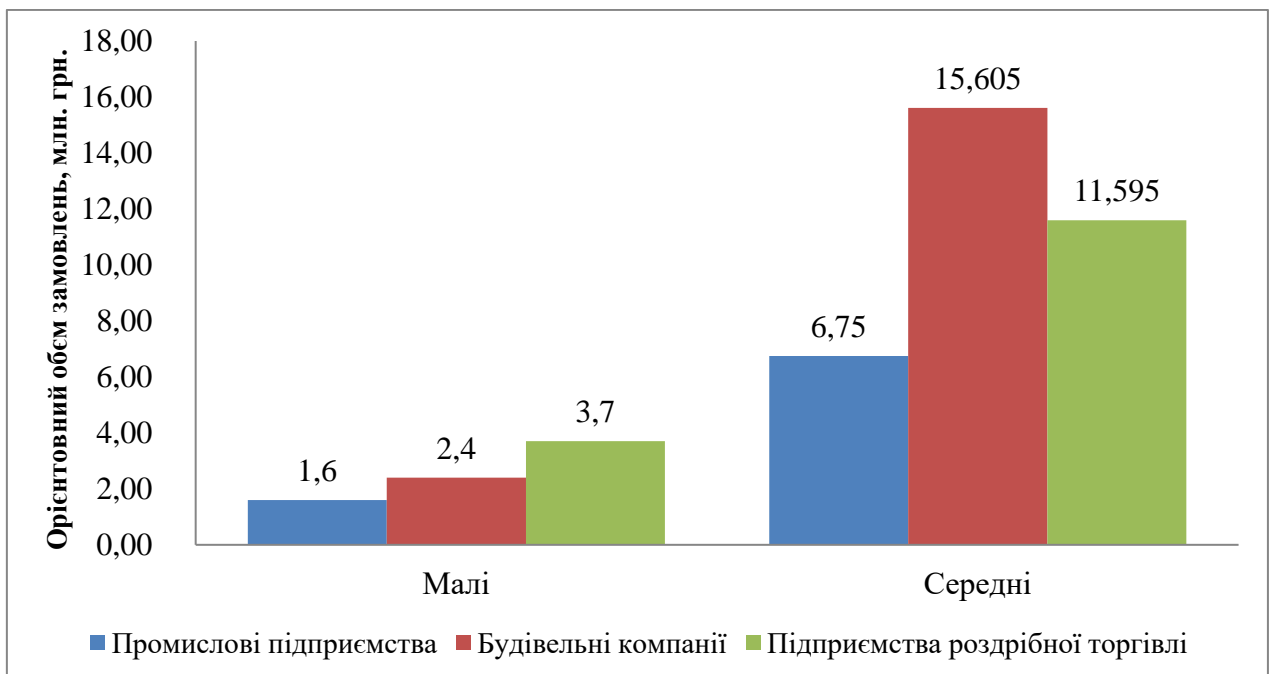


Рисунок 2.7 – Потенційний об'єм доходу за сферами діяльності

Було встановлено, яка мінімальна кількість робіт планується у відповідних сферах діяльності на 2019 році (рисунок 2.8).

За результатами видно, що всього потенційно опитані респонденти можуть замовити від 99 замовлень. Якщо брати по сферам їхньої діяльності, то малі промислові підприємства можуть замовити від 8 замовлень, середні промислові підприємства – від 17 замовлень, малі будівельні компанії – від 9 замовлень, середні будівельні компанії – від 27 замовлень, малі підприємства роздрібної торгівлі – від 9 замовлень, середні підприємства роздрібної торгівлі – від 30 замовлень.

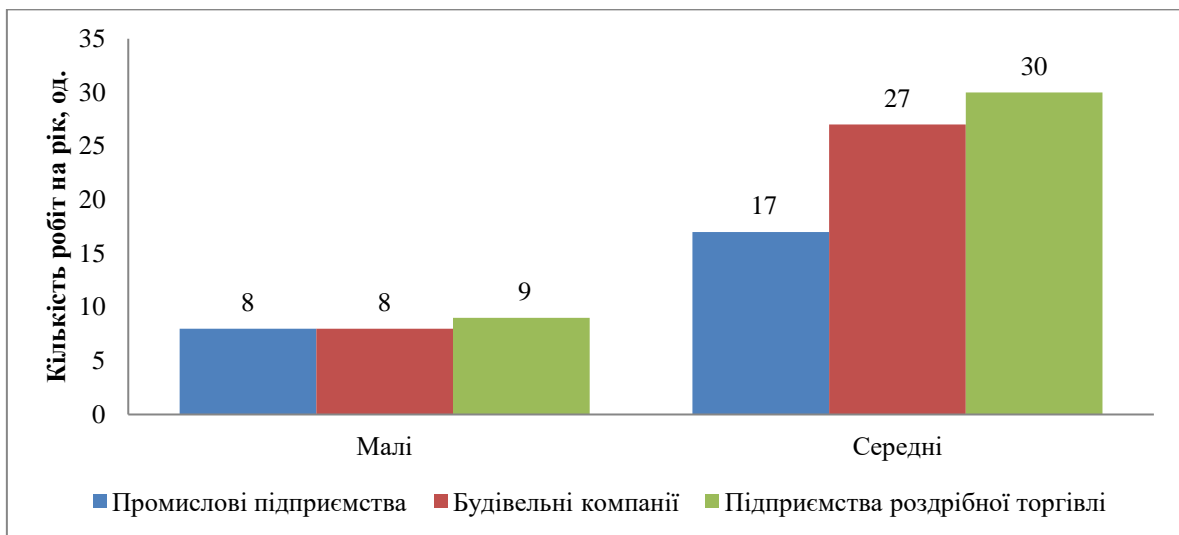


Рисунок 2.8 – Кількість планованих робіт за сферами та розмірами підприємств

Провівши дослідження, та проаналізувавши всі сегменти, всі відповіді наших респондентів, можна зробити висновок, що найбільш привабливі є середні будівельні компанії та середні підприємства роздрібної торгівлі, вони мають велику потенційну кількість робіт та найбільші потенційні доходи. Також, для них важливі рекомендації та готові розглядати співпрацю з підрядниками через особисті зустрічі.

РОЗДІЛ 3 ПЕРСПЕКТИВИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ ПРОМИСЛОВИХ ПОСЛУГ

3.1 Дослідження зовнішнього середовища підприємства

При проведенні досліджень зовнішнього середовища експертами було використано вторинну інформацію щодо загального стану політичної, економічної, соціальної та технологічної складової України, а також безпосередньо тих факторів, що впливають на попит та пропозицію електромонтажних послуг [20].

Політичні фактори впливають не тільки на ТОВ «БЕК», але й на його клієнтів. Так як майже всі сьогоденні та потенційні клієнти – це промислові підприємства, будівельні компанії та ритейл, на них впливає ситуація в країні, на скільки буде вона позитивно чи негативно діяти на взаємовідносини в країні. Підприємства-замовники будуть мати змогу розвивати свої підприємства та замовляти послуги компаній-підрядників.

Посилилися вимоги до електромонтажних та будівельних робіт у відповідності до Зеленої книги «Системний перегляд якості державного регулювання ринків: «Монтаж внутрішніх інженерних мереж, спеціалізовані будівельні та роботи із завершення будівництва» [14]. Це потребує значного ступеню узгодженості між різноплановими роботами, що мають поєднуючі особливості, яке полягає у високій ступені координації їх при проектуванні та виконанні на будівельному майданчику.

Корупційна складова участі у тендерах [15]. За даними Індексу глобальної конкуренції, корупція є найбільш суттєвою проблемою для розвитку бізнесу в Україні. Наслідками існування даної проблеми є суттєва тінізація бізнесу, поширеність нелегальних схем та засобів впливу, зневіра значної частини підприємців, що загрожує руйнуванням вітчизняної

правової системи. Це призводить до втрати потенційних замовлень через відмову брати участь у тіньових процесах.

Також, зараз проходить перехідний період зміни влади, процес заміни "старих" політичних діячів на нових. Дуже важливо укріпити свої позиції, почати проводити зміни для покращення законодавчої, судової та виконавчої влади.

Економічні фактори впливають на те, як буде розвиватися економіка в Україні, на скільки легше буде працювати великим підприємствам. Тобто, це обумовлює розвиток підприємств, динаміку затребуваність в промислових послугах.

2019-й для України – рік двох виборів, які незмінно супроводжує інфляція, можна очікувати подальшого зростання товарообігу в гривневому обчисленні [16]. З іншого боку, побоювання з приводу інфляції та курсових коливань можуть стимулювати миттєвий попит, що відразу ж приведе до зростання доходів ритейлерів.

За даними URA [16] роздрібний товарообіг підприємств по Дніпропетровській області у 2018 виріс на 8% у порівнянні з минулим роком. Загальний товарообіг у 2018 склав 66,9 млн. грн. Прогнозується, що у подальші два роки товарообіг буде збільшуватися. Отже, ріст ритейлерів спонукатиме до збільшення кількості фізичних точок продажу та модернізацію вже відкритих, що у свою чергу призведе до збільшення попиту на послуги електромонтажу та інших будівельно-монтажних робіт.

Також, велику роль в розвитку електромонтажних послуг відіграє курс валют, так як практично всі матеріали прив'язані до валюти від чого відбувається зростання собівартості матеріалів.

Соціальні фактори впливають на якість корпоративної політики підприємств, на стан взаємовідносин між керівництвом та працівниками, замовниками та виконавцями, якість продукції та якість сервісу.

З боку соціуму відзначимо що останнім часом відбувається відтік фахівців інженерних напрямків, тому компанії важко знайти нових молодих фахівців з хорошою освітою і знаннями.

За останніми прогнозами, зараз на території України може проживати до 35 млн. осіб [17]. Така цифра пов'язана з економічною ситуацією, трудова еміграція, через вищі соціальні умови та рівень заробітних плат, ситуація з тимчасовою окупацією території України, а саме переселення людей з тих територій, або взагалі еміграція в інші країни. В нашому випадку, якщо ми беремо ринок цивільного будівництва та роздрібної торгівлі - це має дуже велике значення.

Технологічні фактори – це одні з найважливіших факторів, які впливають саме на ТОВ «БЕК». Якщо технології будуть активно розвиватися, тобто, можливості для ефективної модернізації будуть зростати, то і можливостей на даному ринку для підприємства буде більше.

З швидким розвитком технологій у багатьох приміщень немає технічної можливості для забезпечення підключень великої кількості обладнання, тому є гостра необхідність у модернізацію електромереж старих будівель для ведення господарчої діяльності.

У позитивну сторону можна відзначити тренд переходу населення до енергозберігаючих ресурсів і технологій – це дозволяє відкривати компанії нові ринки і можливості розширення в даному напрямку, вдосконалення технологій будівництва підвищення якості та асортименту матеріалів здешевлення технологій виробництва – це все позитивно позначиться на компанії.

Проведений аналіз дозволив сформуванати загальну таблицю макрофакторів (таблиця 3.1), які були розподілені на чотири складові, а саме політичні, економічні, соціальні та технологічні. Наступним кроком буде оцінка впливу даних факторів на галузь та на саме підприємство, оскільки іноді вплив на галузь та на підприємство може мати відмінні особливості.

Таблиця 3.1 – «PEST-аналіз» ТОВ "БЕК"

P (Political)	E (Economic)
<ul style="list-style-type: none"> Посилення вимог до електромонтажних та будівельних робіт Корупційна складова участі у тендерах Запроваджено єдиний спрощений порядок державної реєстрації юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців 	<ul style="list-style-type: none"> Зростання товарообігу ритейлерів Нестабільний курс валют
S (Socio — cultural)	T (Technological)
<ul style="list-style-type: none"> Відтік фахівців інженерних спеціальностей Вимоги до якості продукції і рівня сервісу 	<ul style="list-style-type: none"> Тренд переходу на енергозберігаючі технології Необхідність модернізації електромереж

У таблиці 3.2 наведено більш детальний аналіз впливу факторів на галузь та на саме підприємство. Дані пояснення дозволять зрозуміти, які фактори є можливостями, а які є загрозами.

Таблиця 3.2 – Пояснення факторів впливу на галузь та на підприємство

<i>Фактор</i>	<i>Вплив на галузь</i>	<i>Вплив на підприємство</i>
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
Посилення вимог до електромонтажних та будівельних робіт	Перешкоди для появи нових підприємств, які надають електромонтажні послуги, скорочення можливостей для компаній, які не мають можливостей для дотримання вимог	Необхідні відповідати новим вимогам, можливість для простішої конкурентної боротьби з недобросовісними гравцями на ринку електромонтажних послуг
Корупційна складова участі у тендерах	Посилення неконкурентної боротьби. Погіршення ситуації чистої конкуренції	Важче боротися з нечесними конкурентами, додаткові витрати
Запроваджено єдиний спрощений порядок державної реєстрації юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців	Розвиток підприємництва в країні	Поява нових замовників, які мають потребу в наших послугах

Кінець таблиці 3.2

1	2	3
Зростання товарообігу ритейлерів	Збільшення можливостей для розвитку ритейлу, отримання додаткових коштів для покращення умов та відкриття нових точок.	Збільшення кількості замовлень через фінансові можливості замовників для відкриття нових точок або покращення умов існуючих
Нестабільний курс валют		Зростання собівартості обладнання, при різкому погіршенню курсу – збитки на придбаних матеріалах
Відтік фахівців інженерних спеціальностей	Занепад ринку праці	Втрата або ускладнення пошуку кваліфікованих та досвідчених кадрів
Вимоги до якості продукції і рівня сервісу	Додаткова потреба у підприємств замовників поліпшувати умови надання їх послуг	Зростання кількості замовлень
Тренд переходу на енергозберігаючі технології	Поліпшення якості матеріалів, їх довговічність на енергоефективність	Можливість виходу на нові ринки
Необхідність модернізації електромереж	Збільшення об'єму замовлень	Додаткові можливості отримання замовників

Провівши більш детальний PEST- аналіз підприємства, ми бачимо, що кожний факторів підприємства можна використати як можливість. Усі ці фактори, при правильному використанні, допоможуть збільшити об'єм ринку, об'єм замовлень та покращити свої конкурентні позиції.

Основні напрями – це збільшення ринку будівництва та ритейлу, підвищення порогів для появи нових конкурентів на ринку промислових послуг, ускладнення роботи на ринку підрядникам, які нехтують нормами та вимогам законодавства. Також, можна відмітити, що зараз все більше з'являється тренд переходу на енергозберігаючі технології та потреба в

модернізації електромереж через збільшення використання електричного обладнання.

3.2 Конкурентний аналіз

Для дослідження факторів середовища, які впливають на діяльність підприємств на даному ринку, ми залучили топ-менеджмент підприємств-наших постійних клієнтів. Вони визначили основні фактори середовища, які на їх думку найбільш впливають на позитивне рішення під час відбору підрядників та основних гравців на ринку електромонтажних послуг в нашому регіоні.

Основним експертами, що досліджували та оцінювали сильні та слабкі сторони, були Комерційний директор ПК «Дніпровський», Головний інженер ПК «Дніпровський», Енергетик ТОВ «Волев-інвест», Генеральний директор ТОВ «Волев-інвест», Генеральний директор ТОВ "Мет Інвест", Директор департаменту закупівель "Дніпровський стрілочний завод". Було розраховано коефіцієнт конкордації, що становить 0,9. Це свідчить про високий ступінь погодженості індивідуальних експертних оцінок. Основна характеристика конкурентів наведена в таблиці 3.1.

Було виділено основні конкурентні фактори – термін присутності на ринку електромонтажних послуг, основні види послуг, кількість професійних кадрів, місце розташування підприємства.

Таблиця 3.3 – Відомості про основних конкурентів

<i>Назва підприємства</i>	<i>Термін присутності на ринку</i>	<i>Основні послуги</i>	<i>Кількість робочих кадрів</i>	<i>Місце розташування</i>
«Електромонтаж Сервіс»	8 років	Електромонтажні роботи, автоматизація	до 10 осіб	м. Дніпро

Кінець таблиці 3.3

«Південна промислова компанія»	15 років	Електромонтажні роботи, проектування, щитове обладнання	від 20 до 30 осіб	м. Запоріжжя
«Скат АПК»	6 років	Електромонтажні роботи, щитове обладнання	до 10 осіб	м. Харків
«Муссон»	4 роки	Електромонтажні роботи	до 5 осіб	м. Київ

Виділивши основних конкурентів, проведемо конкурентний аналіз за такими факторами середовища: наявність матеріально-технічної бази, можливості надання повного комплексу робіт (від проектування до фінальної здачі), великий досвід в даній сфері, рекомендації від знайомих замовників, наявність висококваліфікованих робочих, локальна присутність (див. табл. 3.2 – 3.3).

Таблиця 3.2 – Конкурентний аналіз (бальні оцінки)

Фактори середовища	Вага	Оцінка закладу за критерієм (бали)				
		ТОВ «БЕК»	«Електромонтаж Сервіс»	«Південна промислова компанія»	«Скат АПК»	«Муссон»
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>
Наявність матеріально-технічної бази	0,26	4	4	5	2	4
Можливості надання повного комплексу робіт (від проектування до фінальної здачі)	0,22	5	3	4	3	2
Досвід у даній сфері	0,17	5	4	5	4	3
Рекомендації від знайомих замовників	0,16	4	4	3	4	2
Наявність висококваліфікованих робочих	0,14	4	3	4	3	2
Локальна присутність	0,05	4	4	4	5	2

На основі виставлених оцінок та ваги критеріїв було розраховано зважені оцінки та рівень конкурентоздатності підрядників (див. табл. 3.4).

Таблиця 3.4 – Конкурентний аналіз (зважені оцінки)

Критерій	Зважена оцінка закладу за критерієм (бали)				
	ТОВ «БЕК»	«ЕлектроМОН таж Сервіс»	«Південна промислова компанія»	«Скат АПК»	«Муссон»
<i>I</i>	2	3	4	5	6
Наявність матеріально-технічної бази	1,04	1,04	1,3	0,52	1,04
Можливості надання повного комплексу робіт (від проектування до фінальної здачі)	1,1	0,66	0,88	0,66	0,44
Великий досвід в даній сфері	0,85	0,68	0,85	0,68	0,51
Рекомендації від знайомих замовників	0,64	0,64	0,48	0,64	0,32
Наявність висококваліфікованих робочих	0,56	0,42	0,56	0,42	0,28
Локальна присутність	0,2	0,2	0,2	0,25	0,1
Σ	4,39	3,64	4,27	3,17	2,69

Таким чином, найбільш вагомими з точки зору споживачів критеріями є наявність матеріально-технічної бази, можливості надання повного комплексу робіт, від проектування до фінальної здачі, середньої вагомості мають показники досвіду в даній сфері, рекомендації від знайомих замовників та наявність висококваліфікованих робочих, локальну присутність експерти оцінили, як найменш важливу.

За результатами експертної оцінки лідируючі позиції за наявністю матеріально-технічної бази має "Південна промислова компанія", по можливостям надання повного комплексу послуг – ТОВ "БЕК", по досвіду розділили ТОВ "БЕК" та "Південна промислова компанія", за рекомендаціями виділили ТОВ "БЕК", "Електромонтаж сервіс" та "Скат АПК", за локальну присутність більше балів отримали ТОВ "БЕК" та "Скат АПК".

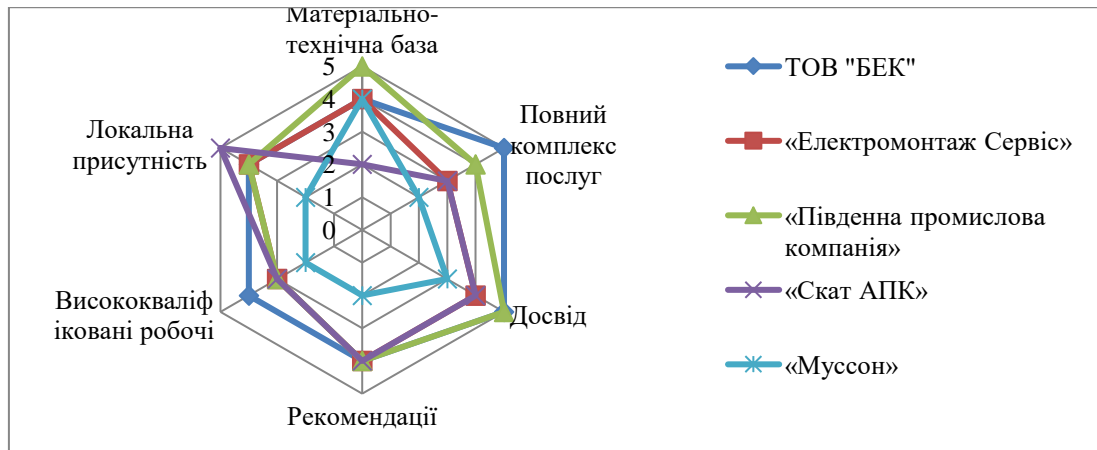


Рисунок 3.1 – Дослідження конкурентних властивостей

Відносно представлених компаній-конкурентів, ТОВ «БЕК» посідає лідируючі позиції, але необхідно ще вдосконалити матеріально-технічне забезпечення, рекомендації від замовників та постійно підвищувати рівень кваліфікації кадрів. Загальний рейтинг конкурентоспроможності підприємств наведено на рисунку 3.2

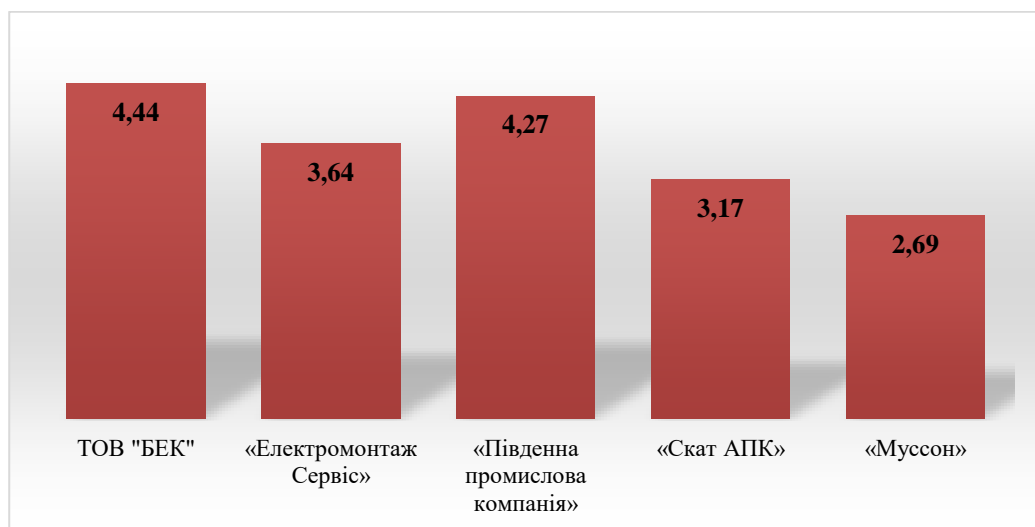


Рисунок 3.2 – Рейтинг підрядників за рівнем конкурентоздатності

Отже, ТОВ «БЕК» є лідером на ринку промислових послуг і має усі конкурентні переваги для глибокого проникнення на ринок послуг електромонтажу.

3.3 Ситуаційний аналіз підприємства на ринку промислових послуг

Для комплексної оцінки факторів зовнішнього середовища було застосовано EFAS-аналіз. EFAS-аналіз є етапом аналізу зовнішніх чинників, що впливають на стан досліджуваного об'єкта.

Основним експертами, що оцінювали можливості та загрози ринку, були Комерційний директор ПК «Дніпровський», Головний інженер ПК «Дніпровський», Енергетик ТОВ «Волев-інвест», Генеральний директор ТОВ «Волев-інвест», Генеральний директор ТОВ "Мет Інвест", Директор департаменту закупівель "Дніпровський стрілочний завод". Було розраховано коефіцієнт конкордації, що становить 0,85. Це свідчить про високий ступінь погодженості індивідуальних експертних оцінок.

Було визначено дві групи факторів впливу: можливості та загрози, а саме – розвиток ритейлу та ріст будівельної галузі, тренд переходу на енергозберігаючі технології, необхідність модернізації електромереж, запровадження єдиного спрощеного порядку державної реєстрації підприємців та ведення бізнесу, посилення вимог до електромонтажних та будівельних робіт, нестабільний курс валют, корупційна складова участі в тендерах, відтік фахівців інженерних спеціальностей. Після чого кожному з факторів надане вагове значення і бальна оцінка. Результатом даного аналізу буде оцінка ступеня реакції підприємства на поточні фактори зовнішнього середовища. Результати аналізу наведено у таблиці 3.4.

Таблиця 3.5 – Можливості та загрози ринку електромонтажних робіт

<i>Можливості</i>	Вага	Оцінка	Зважена оцінка
Розвиток ритейлу та ріст будівельної галузі	0,15	5	0,75
Тренд переходу на енергозберігаючі технології	0,15	5	0,75
Необхідність модернізації електромереж промисловими підприємствами	0,1	5	0,5

Кінець таблиці 3.6

<i>Можливості</i>	Вага	Оцінка	Зважена оцінка
Запровадження єдиного спрощеного порядку державної реєстрації підприємців та ведення бізнесу	0,1	4	0,4
<i>Загрози</i>			
Посилення вимог до електромонтажних та будівельних робіт	0,1	2	0,2
Нестабільний курс валют	0,1	3	0,3
Корупційна складова участі у тендерах	0,15	3	0,45
Відтік фахівців інженерних спеціальностей	0,15	4	0,6
	1		3,95

Оцінивши кожен з можливостей, можна зробити висновок, що зараз в ТОВ «БЕК» є великі можливості для росту через зростання товарообігу ритейлерів, тренду переходу на енергозберігаючі технології. Основними загрозами є відтік фахівців інженерних спеціальностей. Для вирішення цієї загрози необхідно мотивувати персонал, формувати гідні умови праці, для того, щоб у висококваліфікованого персоналу було бажання залишитися працювати в компанії та в Україні.

Однією з досить серйозних проблем є корупція під час проведення тендерів. Деякі з представників замовників та конкурентів, використовуючи нечесні методи конкуренції, лобіюють та домовляються про проведення нечесних торгів. Хоч це і загальнодержавна проблема, але необхідно і на рівні локального бізнесу висвітлювати дану проблему та мінімізувати її вплив.

З метою виявлення шляхів подолання загроз та використання можливостей було проведено SWOT-аналіз [21], де фактори внутрішнього і зовнішнього середовища були кількісно оцінені (Додаток А).

Були оцінені наступні фактори – уміння утримувати клієнтів, досвід роботи, висока кваліфікація кадрів, недостатня кількість обігових коштів, недостатньо розвинута політика розподілу, висока вартість надання послуг з автоматизації, посилення вимог електромонтажних та будівельних робіт,

нестабільний курс валют, корупційна складова участі в тендерах, розвиток ритейлу та зростання будівної галузі, тренд переходу на енергозберігаючі технології, необхідність модернізації електромереж, запровадження електронного спрощеного порядку державної реєстрації підприємств та бізнесу, наведені в таблиці 3.7.

Таблиця 3.7 – SWOT-аналіз ТОВ «БЕК»

Сильні сторони (S)	Слабкі сторони (W)
<ul style="list-style-type: none"> • Уміння утримувати клієнта та працювати з ним у довгостроковій перспективі • Значний досвід роботи на ринку послуг промислових підприємств України • Висока кваліфікація основних працівників підприємства 	<ul style="list-style-type: none"> • Недостатня кількість обігових грошових коштів • Недостатньо розвинута політика просування • Висока вартість надання послуг автоматизації за рахунок необхідності закупівлі унікального обладнання (контролери, периферійне обладнання тощо) для індивідуальних стендів з метою відпрацювання проектних рішень
Загрози (Т)	Можливості (О)
<ul style="list-style-type: none"> • Посилення вимог до електромонтажних та будівельних робіт • Нестабільний курс валют • Корупційна складова участі у тендерах 	<ul style="list-style-type: none"> • Розвиток ритейлу та зростання будівельної галузі • Тренд переходу на енергозберігаючі технології • Необхідність модернізації електромереж • Запровадження єдиного спрощеного порядку державної реєстрації підприємств та ведення бізнесу

Дані фактори були взяті з IFAS, EFAS, PEST-аналізів. Оцінки були виставленні внутрішніми та зовнішніми експертами, які оцінили вагу фактору та оцінили кожен фактор від 1 до 5 балів. В результаті була побудована таблиця SWOT (див. додаток А) та виділено вектор стратегічного розвитку.

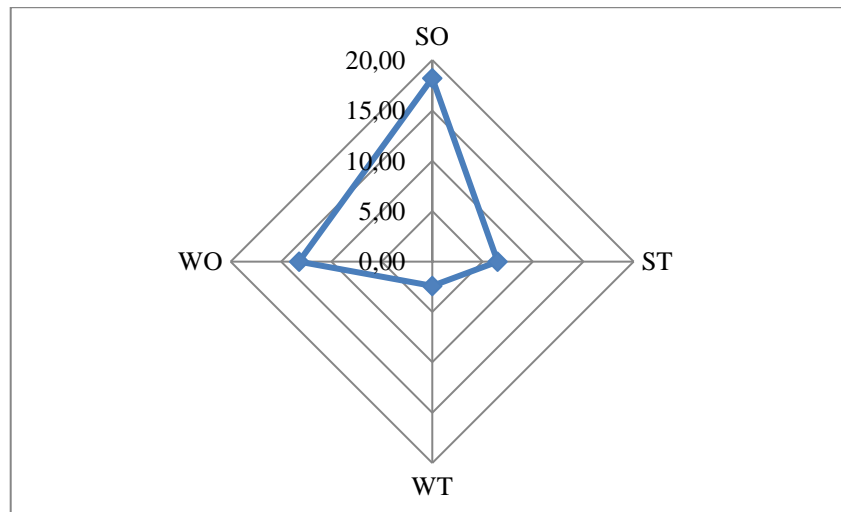


Рисунок 3.3 – Стратегічний вектор розвитку ТОВ «БЕК»

Ми бачимо з рисунку 3.3, що SO становить (18,2) – це означає, що використовуючи сильні сторони, ми можемо розвивати можливості, ST (6,5), WT (2,42), WO (13,22) – це означає, що використовуючи можливості, ми можемо усунути наші слабкі сторони.

Тому, найголовніше для нашого підприємства зараз – продовжувати нарощувати та покращувати наші сильні сторони, а саме – уміння утримувати клієнта в довгостроковий період, значний досвід роботи на ринку послуг промислових підприємств України, висока кваліфікація основних працівників підприємства, для того щоб ми могли використовувати всі можливості та нівелювати наші слабкості – недостатня кількість обігових грошових коштів, недостатньо розвинута політика просування, висока вартість надання послуг автоматизації за рахунок необхідності закупівлі унікального обладнання (контролери, периферійне обладнання тощо) для індивідуальних стендів з метою відпрацювання проектних рішень. В таблиці 3.8 роздивимося це більш детально заходи щодо майбутнього розвитку підприємства ТОВ "Буд Електро Комплект".

Таблиця 3.8 – Використання сильних сторін підприємства ТОВ «БЕК»

<i>Пара</i>	<i>Взаємодія</i>
S1:O1	При зростанні товарообігу, як було зазначено, ритейл потенційно може реінвестувати кошти та вкладати в відкриття нових точок чи покращення умов на вже відкритих
S1:O2	При тренді переходу на енергозберігаючі технології ТОВ «БЕК» зможе, використавши наше уміння утримувати та працювати з клієнтом у довгостроковий період, зможемо збільшити кількість замовлень
S1:O3	Якщо у постійних клієнтів з'явиться потреба в модернізації електромережі, ТОВ «БЕК» зможемо домовитись про виконання даних робіт на партнерських умовах, надаючи розстрочку платежів та повне сервісне обслуговування з гарантією
S2:O1	Маючи значний досвід, ТОВ «БЕК» зможе спрогнозувати зростання кількості замовлень, якщо у ритейла збільшиться товарообіг та зростатиме будівельна галузь
S2:O2	ТОВ «БЕК», маючи великий досвід в даній сфері, повинен поетапно впроваджувати енергозберігаючі технології при наданні послуг електромонтажу (витратні матеріали та системи контролю). Буде пропонувати послуги електромонтажу, спираючись на більш якісну пропозицію з використанням енергозберігаючих технологій.
S2:O3	Маючи великий досвід, ТОВ «БЕК» зможе донести до замовників необхідність модернізувати електромережі саме з їхньою компанією
S2:O4	При запровадженні спрощеного порядку державної реєстрації юридичних та фізичних осіб, коли кількість підприємств потенційно може зрости, ТОВ «БЕК» зможе, опираючись на досвід захопити більшу частку ринку, пропонуючи послуги більш малим підприємствам
S3:O1	При зростанні кількості замовлень, завдяки кваліфікованим кадрам, ТОВ «БЕК» зможе швидко та якісно виконувати якомога більшу кількість робіт
S3:O2	При тренді переходу на енергозберігаючі технології ТОВ «БЕК» зможе, використавши навички наших працівників швидко переорієнтуватися та надавати більш конкурентоспроможні послуги
S3:O3	Якщо буде необхідні модернізувати електромережі, працівники ТОВ «БЕК» зможуть виконати всі поставлені задачі та надавати повне сервісне обслуговування підприємств, починаючи від проектування – монтажу та закінчуючи гарантійним обслуговуванням.
S3:T1	Завдяки кваліфікації наших кадрів, ТОВ «БЕК» не відчуємо труднощів при посиленню вимог до електромонтажних та будівельних робіт

Отже, стратегічний напрям підприємств буде спиратися на такі заходи:

- Розробка спеціального пакету послуг, починаючи від проектування – монтажу та закінчуючи обслуговуванням та модернізацією електромереж з метою формування партнерських довгострокових відносин.

- Постійна робота з замовниками у вигляді особистих зустрічей для виявлення актуальних запитів для проведення електричної модернізації приміщень.
- Перехід на енергозберігаючі технології, активне застосування тепловідбиваючих матеріалів, системи контролю енергозбереження тощо.
- Укладання партнерських угод для постачання та монтажу нових енергозберігаючих технологій
- Постійне підвищення кваліфікації основного штату співробітників у сфері нових енергозберігаючих прогресивних технологій.

ВИСНОВКИ

У даній роботі представлена результати проведення і аналізу маркетингових досліджень для вирішення управлінської проблеми ТОВ "БЕК", економічний і маркетинговий аналіз підприємства, описаний процес дослідження, а також розроблені рекомендації щодо покращення діяльності фірми.

ТОВ "Буд Електро Комплект" працює на ринку промислових послуг України та зокрема м. Дніпро та області з 2008 року. Основна сфера діяльності компанії – надання електромонтажних послуг для промислових підприємств і послуги автоматизації та модернізації обладнання промислового призначення.

Дослідження внутрішнього середовища підприємства дозволило виявити управлінську проблему, яка полягала у зниженні рентабельності в середньому на 2% щорічно при збільшенні об'єму доходу. Провівши економічний аналіз було виявлено, що об'єм доходу зростає через загальне збільшення кількості виконаних робіт, в першу чергу, саме за рахунок збільшення частки виконаних робіт з автоматизації та модернізації у загальному обсязі доходу. При цьому частка та кількість виконаних електромонтажних робіт знижувалася. Було виявлено, що це відбувається через високу вартість надання послуг автоматизації та за рахунок необхідності закупівлі унікального обладнання (контролери, периферійне обладнання тощо), для індивідуальних стендів з метою відпрацювання проектних рішень.

За допомогою IFAS-аналізу було визначено, що ТОВ "БЕК" має більш ніж 10-річний досвід у сфері надання промислових послуг, має більше 5-ти висококваліфікованих працівників, які регулярно проходять курси підвищення кваліфікації в академії ДТЕК, має більш ніж 10 постійних замовників, з якими вони працюють від 5 років на постійній основі. Основними слабкими сторонами підприємства є: недостатня

кількість обігових грошових коштів, недостатньо розвинута політика просування, висока вартість надання послуг автоматизації за рахунок необхідності закупівлі унікального обладнання (контролери, периферійне обладнання тощо) для індивідуальних стендів з метою відпрацювання проектних рішень.

Встановлено, що для проведення електромонтажних робіт немає необхідності додатково вклади грошові кошти, тому на витрати, я не вказані у кошторисі додатково витратитись не потрібно, також було виявлено, що сам процес проведення електромонтажних робіт набагато простіший, необхідно мати на одному об'єкті від 1-го досвідченого та кваліфікованого працівника, а решту можна корегувати на місці, тому було прийнято рішення змінити акценти на користь проведення електромонтажних робіт та проаналізувати особливості прийняття рішень замовниками на ринку промислових послуг.

Дослідження поведінкових особливостей споживачів на ринку промислових послуг допомогло виявити основні сегменти та виділити найпривабливіші для ТОВ "БЕК" – середні будівельні компанії та середні підприємства роздрібною торгівлі. Дані підприємства мають велику потенційну кількість робіт та найбільші потенційні доходи. Для них важливі рекомендації від партнерів, наявність матеріально-технічної бази, високу кваліфікацію робочих кадрів, також, вони готові розглядати початок співпраці та пошук підрядника через особисті зустрічі.

Аналізуючи окремо кожен сегмент ми можемо виділити:

Сегмент 1: середні підприємства роздрібною торгівлі (ритейл), які знаходяться в м. Дніпро або області, в районі доступності до 150 км. від місця розташування ТОВ "БЕК", згідно зі вторинною інформацією таких підприємств в м. Дніпро та області до 190 од., загальний прогнозований дохід серед опитаних респондентів, а саме 7 од., які представляли даний сегмент, зіставила до 11,595 млн. грн. запланована кількість робіт до кінця року – від 30 од. Для них важливо при підборі підрядника наявність

матеріально-технічної бази, можливість надання повного комплексу послуг, процес відбору підрядника проходить через внутрішній тендер, в ньому беруть участь від 1 до 5 осіб. Процес підбору та знайомства з підрядником проходить через особисті зустрічі, рекомендації від партнерів.

Сегмент 2: середні будівельні компанії, які знаходяться в м. Дніпро або області, в районі доступності до 150 км. від місця розташування ТОВ "БЕК", згідно зі вторинною інформацією таких підприємств в м. Дніпро та області до 50 од., загальний прогнозований дохід серед опитаних респондентів, а саме 20 од, які представляли даний сегмент, зіставила до 15,605 млн. грн. запланована кількість робіт до кінця року – від 27 од. Для них важливо при підборі підрядника наявність матеріально-технічної бази, можливість надання повного комплексу послуг, процес відбору підрядника проходить через внутрішній тендер, в ньому беруть участь від 1 до 5 осіб. Процес підбору та знайомства з підрядником проходить через особисті зустрічі, рекомендації від партнерів, виставки та тендери.

Дослідження зовнішнього середовища за допомогою PEST- аналізу показало, що зараз відбувається стрімкий розвиток на ринку промислових послуг. Через поступову стабілізацію економічної ситуації в країні, збільшується об'єм інвестицій та полегшуються умови для відкриття та розвитку бізнес середи. Так, згідно з вторинними даними інвестиції в капітальне будівництво було збільшено – 1,55 млрд. грн. (на 13,2% більше ніж в минулому році). Тому ТОВ "БЕК" зможе, використовуючи можливості ринку, збільшити доходи та відсоток рентабельності, через переорієнтування на інші більш привабливі сегменти споживачів послуг електромонтажу.

Конкурентний аналіз показав високі конкурентні позиції ТОВ "БЕК" відносно основних невеликих конкурентів. Основними конкурентними перевагами є можливість надання повного комплексу послуг (від

проектування до фінальної задачі), наявність матеріально-технічної бази та кваліфікація робочих кадрів.

За результатами ситуаційного аналізу було розроблено стратегічні заходи розвитку підприємства, а саме – розробка спеціального пакету послуг, починаючи від проектування – монтажу та закінчуючи обслуговуванням та модернізацією електромереж з метою формування партнерських довгострокових відносин. Постійна робота з замовниками у вигляді особистих зустрічей для виявлення актуальних запитів для проведення електричної модернізації приміщень. Перехід на енергозберігаючі технології, активне застосування тепловідбиваючих матеріалів, системи контролю енергозбереження тощо. Укладання партнерських угод для постачання та монтажу нових енергозберігаючих технологій. Постійне підвищення кваліфікації основного штату співробітників у сфері нових енергозберігаючих прогресивних технологій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гаркавенко С. С. Маркетинг / Гаркавенко С. С. // Підручник. - Київ: Лібра. - 2010. - 720 с.
2. Решетілова Т.Б., Довгань С.М. Маркетингові дослідження: підручник : [Електронний ресурс] / Т.Б. Решетілова, С.М. Довгань // Дніпропетровськ: НГУ. - 2015. - 357 с. Режим доступу до ресурсу: <http://nmu.org.ua> (Дата звернення: 27.01.2019)
3. Основні фонди // Підручники.ком : веб-сайт. Режим доступу до ресурсу: https://pidruchniki.com/15060913/ekonomika/osnovni_fondi_pidpriyemstva (Дата звернення: 27.01.2019)
4. Автоматизація // Вікіпедія : веб-сайт. Режим доступу до ресурсу: <https://uk.wikipedia.org/wiki> (Дата звернення: 27.01.2019)
5. Сегментація і моделі поведінки споживачів // Студмі : веб сайт. Режим доступу до ресурсу: https://studme.com.ua/1081080611476/marketing/segmentatsiya_modeli_povedeniya_potrebiteley.htm (Дата звернення: 27.04.2019)
6. Зозульов О.В. Сегментація ринку як основа маркетингової стратегії підприємства / О.В. Зозульов // Маркетинг в Україні. - 2000. - № 4 (6) - С. 37-38. (Дата звернення: 27.01.2019)
7. Моделі сегментування промислового та споживчого ринку. Модель Б. Шапіро та Т. Бонома // Підручники.ком : веб-сайт. URL: https://pidruchniki.com/12631113/marketing/modeli_segmentirovaniya_potrebitelskogo_promyshlennogo_rynkov (Дата звернення: 27.01.2019)
8. Моделі поведінки індустріальних споживачів. Модель Бейгрида // Студопедія : веб-сайт. Режим доступу до ресурсу: https://studopedia.su/14_144907_pokupka-v-promishlennoy-sfere.html (Дата звернення: 27.01.2019)

9. Моделі поведінки індустріальних споживачів // Підручники онлайн : веб сайт. Режим доступу до ресурсу: https://pidruchniki.com/70422/marketing/modeli_povedinki_industrialnih_spozhivachiv (Дата звернення: 02.02.2019)
10. Капітальні інвестиції в Україну 2018-2019 року // Укрінформ : веб сайт. Режим доступу до ресурсу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2709153-kapitalni-investicii-v-ekonomiku-ukraini-zrosli-majzena-22-derzstat.html> (Дата звернення: 02.02.2019)
11. Основні методи збирання первинної інформації // Студопедія : веб сайт. Режим доступу до ресурсу: https://studopedia.su/8_58739_osnovnimi-metodami-zbirannya-pervinnoi-informatsii-ie-opituvannya-sposterezhennya-eksperiment-ta-imitatsiya.html (Дата звернення: 07.02.2019)
12. Інтерв'ю та його види // Електронний підручник : веб сайт. Режим доступу до ресурсу: https://pidruchniki.com/1292052260659/marketing/intervyu_yogo_vidi_osobiste_telefonne_glibinne (Дата звернення: 07.02.2019)
13. Вимірювальні шкали // Студопедія : веб сайт. Режим доступу до ресурсу: https://studopedia.su/4_48232_vimiryuvalni-shkali-nominalnangova-Intervalna-proporciyna.html (Дата звернення: 07.02.2019)
14. Зелена книга "Системний перегляд якості державного регулювання ринків // Матеріали для бізнесу : веб сайт. Режим доступу до ресурсу: <http://eu4business.eu/uk/medias/zelena-knyga-systemnyu-pereglyad-yakosti-derzhavnogo-regulyuvannya-rynkiv-montazh-vnutrishnih> (Дата звернення: 08.02.2019)
15. Корупційна складова в тендерах і високий рівень тінізації бізнесу // Економіка і наука : веб сайт. Режим доступу до ресурсу: economyandsociety.in.ua/journal/14_ukr (Дата звернення: 03.03.2019)

16. Звіти на висновки року роздробу // Економічні звіти: веб сайт.
Режим доступу до ресурсу: <https://rau.ua/economika/results-2018/>
(Дата звернення: 27.02.2019)
17. Динаміка чисельності населення України // Свай офіс : веб сайт.
Режим доступу до ресурсу:
<https://sway.office.com/s/UCk7yC8NqkbakqMt/embed?accessible=true>
(Дата звернення: 22.04.2019).
18. Анкетирование в маркетинговых исследованиях // Дослідження:
веб-сайт. Режим доступу до ресурсу:
<https://www.ovtr.ru/stati/anketirovanie-v-marketinge>. (Дата звернення:
22.04.2019).
19. Методи оцінювання конкурентоспроможності підприємства //
Навчальні матеріали онлайн : веб-сайт. Режим доступу до ресурсу:
https://pidruchniki.com/19570411/marketing/metodi_otsinyuvannya_konkurentospromozhnosti_pidpriyemstva. (Дата звернення: 02.05.2019).
20. Куденко Н. В. Стратегічний маркетинг: Навч. Посібник / Н.В. Куденко // Вид. 2-ге, без змін. К.: КНЕУ. –2006. – 152 с.
21. Тарачева О. В. SWOT-аналіз як інструмент планування. Матриця стану / О.В. Тарачева // Бібліотечна справа. – 2007. – №11. – С. 32-33.

ДОДАТОК А

Таблиця А.1 - SWOT-аналіз підприємства ТОВ «БЕК»

		Взаємовплив									Σ	
		Можливості (О)					Загрози (Т)					
Сильні сторони (S)		Зростання товарообігу ритейлерів	Тренд переходу на енергозберігаючі технології	Необхідність модернізації електромереж	Запроваджено єдиний спрощений державний реєстр		Посилення вимог до електромотажників та будівельних робіт	Нестабільний курс валют	Корупційна складова участі у тендерах	Відтік фахівців інженерних спеціальностей		
		0,15	0,15	0,1	0,10		0,50	-0,10	-0,10	-0,15	-0,15	-0,50
Умінні утримувати клієнта та працювати з ним в довгостроковий період	0,20	0,35	0,35	0,30	0	1,00	0	0,10	0,05	0,01	0,16	1,16
Значний досвід роботи на ринку послуг промислових підприємств України	0,15	0,30	0,30	0,25	0,13	0,98	0,05	0	0,00	0,00	0,10	1,08
Висока кваліфікація основних працівників підприємства	0,15	0,24	0,30	0,25	0,00	0,79	0,05	0,00	0,00	0,00	0,05	0,84
	0,50	0,89	0,95	0,80	0,13	2,77	0,10	0,15	0,05	0,01	0,31	3,08
Нормування за 100						18,2					6,5	
Слабкі сторони (W)		Зростання товарообігу ритейлерів	Тренд переходу на енергозберігаючі технології	Необхідність модернізації електромереж	Запроваджено єдиний спрощений державний реєстр		Посилення вимог до електромотажників та будівельних робіт	Нестабільний курс валют	Корупційна складова участі у тендерах	Відтік фахівців інженерних спеціальностей		
		0,15	0,15	0,10	0,10		0,50	-0,10	-0,10	-0,15	-0,15	-0,50
Недостатня кількість обігових грошових коштів	-0,20	-0,05	-0,04	-0,08	0	-0,17	0,00	-0,30	-0,04	-0,28	-0,62	-0,79
Висока вартість надання послуг на автоматизацію та електромотажу за рахунок необхідності забезпечення матеріально-технічної бази.	-0,20	0,00	-0,05	0,00	0	-0,05	-0,30	-0,30	-0,18	-0,04	-0,81	
Недостатньо розвинута політика розподілу	-0,10	0,05	0	0,00	0,00	0,09	-0,12	-0,10	0,00	-0,13	-0,35	-0,26
	-0,50	0,00	-0,05	-0,08	0,00	-0,13	-0,42	-0,70	-0,21	-0,44	-1,77	-1,04
Нормування за 100						13,22					2,42	
Загалом		0,89	0,90	0,72	0,13	2,64	-0,32	-0,55	-0,16	-0,43	-1,46	

РЕФЕРАТ

В кваліфікаційній роботі було проаналізовано особливості процесу прийняття рішення споживачем промислових послуг. Було досліджено внутрішнє та зовнішнє середовище підприємства, що надає промислові послуги. Проведено маркетингове дослідження поведінкових особливостей споживачів та виявлення критеріїв прийняття рішень на ринку промислових послуг. Визначено цільові сегменти. У роботі використано наступні методи дослідження: метод експертних оцінок, аналітична модель Байґріда, особисте опитування по телефону, EFAS-аналіз, IFAS-аналіз, PEST-аналіз, SWOT-аналіз.

SUMMARY

The decision-making process of industrial consumer are analyzed. The internal and external environment of the enterprise are investigated. The main consumers' behavioral characteristics and decision`s criteria on the market of industrial services are established. Target B2B segments are defined. The following research methods were used in the work: expert estimation method, Bajrida's analytical model, personal telephone survey, EFAS analysis, IFAS analysis, PEST analysis, SWOT analysis.