

А. М. ГУДЕЕВА

(г. Гомель, Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого)

Науч. рук. **Л. Л.**

Соловьева, канд. экон.

наук, доц.

ОБОСНОВАНИЕ ВОЗМОЖНОСТИ ВЫПУСКА НОВОГО ВИДА ПРОДУКЦИИ НА ЗАО «РЕМЕЗА»

Ни одно предприятие не может быть успешным на рынке в течении долгого периода времени, не предпринимая действий по развитию и усовершенствованию своих товаров. Причинами совершенствование ассортиментной политики могут быть внутренние (желание загрузить неиспользуемые площади, желание повысить прибыль предприятия) или внешние (выпуск новых товаров конкурентами, изменение требований потребителей). Решение о внедрении нового товара должно основываться на анализе рынка, конкурентной среды и потребительского спроса.

Объектом исследования является предприятие по производству компрессорного оборудования ЗАО «Ремеза», а целью – обоснование выпуска нового вида продукции в рамках расширения ассортиментной политики предприятия.

Существующие потребители предприятия несколько раз интересовались выпуском гидравлических разделителей (стрелок), что является той же товарной категорией, которую производит предприятие. Данный товар на белорусском рынке представлен импортными производителями. В рамках политики импортозамещения нужно рассмотреть вопрос целесообразности выпуска данного вида продукции на существующих мощностях.

К возможностям реализации данного проекта можно отнести:

- опыт в технической разработке и производстве подобной продукции;
- необходимое сырье является отходами основного производства компрессоров;
- есть свободные мощности и рабочая сила на предприятии;
- потребителем данного товара являются другие организации тяжелой промышленности.

В процессе реализации данного проекта могут возникнуть следующие проблемы:

- слабая информированность потенциальных потребителей о новом для предприятия товаре;
- сложности выхода на внешние рынки из-за требований сертификации продукции. Последнюю проблему можно решить путем обеспечения соответствующего уровня качества и последующей сертификацией. Данное мероприятие поможет увеличить объем продаж и прибыль.

Экономический эффект от данного мероприятия будет равняться прибыли. Выручка вычисляется с помощью формулы (1) [1].

$$\text{Выр} = Q_c * P, \quad (1)$$

где Q_c – количество гидравлических разделителей; P – цена гидравлического разделителя.

Проанализировав цены производителей гидравлических разделителей: Hel-Wita (Польша) и Aquaronika (Россия) [2, 3], установим уровень цены

гидравлической стрелки равняется в размере 380,25 руб.

Рассчитаем выручку для партии 100 гидравлических разделителей (минимальный размер спроса в Республике Беларусь по данным маркетинговых исследований):

$$\Delta \text{Выр} = 100 * 380,25 = 38025 \text{ руб.}$$

Заложенная рентабельность для данного вида продукции – 25 %. Прибыль рассчитывается по формуле 2 [1]:

$$\Pi = (\Delta \text{Выр} * R_p\%) / (100 + R_p\%), \quad 2)$$

где $\Delta \text{Выр}$ – выручка от мероприятия; $R_p\%$ – рентабельность продукции.

Прибыль составит:

$$\Pi = (38025 * 25\%) / (100 + 25\%) = 7 \text{ 605 руб.}$$

Следовательно, экономический эффект от выпуска нового вида продукции (гидравлические разделители) составит 7 605 руб., поэтому мероприятие является целесообразным. Следующим шагом развития стратегии предприятия будет подготовка сертификации продукции и выход на внешние рынки.

Если предприятие стремится сохранить принадлежащую ему долю рынка и увеличить ее, необходимо постоянно обновлять свой ассортимент. Для этого нужен непрерывный поиск идей нового товара. Количество идей должно быть достаточным, чтобы была возможность выбора перспективных предложений.

Для повышения осведомленности потенциальных потребителей о выпуске нового вида продукции целесообразней воспользоваться продвижением в среде интернет. Продвижение товара через интернет возможно с минимальными временными и финансовыми издержками. Потому стоит уделять внимание созданию различных оптимальных алгоритмов для решения задач на всех этапах продвижения с целью ускорения процесса и его автоматизации. Для процесса продвижения товара предприятию тяжелой промышленности стоит обратиться за помощью в компании, которые являются профессионалами в рекламной сфере. Это поможет снизить его временные и финансовые издержки.

Список использованной литературы

- 1 Семенова, К. С. Стимулирование сбыта нового вида продукции с помощью дегустации / К. С. Семенова // Беларусь в современном мире : матер. XIII Междунар. науч. конф. студ. аспирант. и молодых ученых; под общ. ред. В. В. Кириенко. – Гомель : ГГТУ им. П. О. Сухого, 2020. – С. 141.
- 2 Гидравлические разделители (стрелки) Польша [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа: <http://termocity.by/katalog/subcategory/gidravlicheskie-razdeliteli-strelki>. – Дата доступа: 15.11.2021.
- 3 Гидравлические разделители (стрелки) Россия [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа: <http://termocity.by/katalog/subcategory/gidravlicheskie-razdeliteli-strelki>. – Дата доступа: 15.11.2021.