

Попова Анастасия Сергеевна

Магистрант

Направление: Экономика

Магистерская программа: Экономика фирмы

Исследование – разработка – производство – сбыт

Аннотация. В статье рассмотрена организация освоения нового вида продукта, на примере производства завода по производству стеновых материалов, начиная с анализа предлагаемых к освоению изделий, и, заканчивая анализом эффективности производства и продаж.

Ключевые слова: освоение нового продукта, эффективность производства, кирпич, стратегия конкурентности.

Для достижения поставленной цели в виде получения прибыли от своей деятельности, каждое предприятие должно обеспечивать конкурентоспособность своих товаров. Для этого нужно обеспечить развитие и повышение эффективности производственной базы, внедрение в нее прогрессивных технологий и оборудования, создание благоприятных условий для высокопроизводительного труда работающего персонала. Добиться этого невозможно без обновления номенклатуры и ассортимента выпускаемой продукции [1, с. 51].

Процесс «исследование – разработка – изготовление – сбыт» состоит из базовых изучений (они относятся к непроизводственной сфере и могут иметь собственным результатом целый класс инноваций в различных областях) и научно-производственный цикл – процесс создания, освоения и реализации определенного новейшего продукта [1, с. 166].

Для всестороннего понимания проблемы следует провести так называемый аналог именуемого процесса в виде классического процесса принятия решений: формирование проблемы; формирование целей; оценивание

возможных состояний внешней среды; формирование альтернативных вариантов; оценка альтернативных вариантов; выбор альтернативы; оценивание эффективности принятого решения.

Для производства любого вида продукции на предприятии необходимо решить вопрос об актуальности изготовления новейшего продукта и актуальности рынка сбыта с оценкой конкурентов.

Наше исследование основывается на производстве нового кирпича на основе действующего завода по производству стеновых материалов.

Кирпич весьма дорогостоящий материал, имеющий множество дешевых аналогов. 70% всего кирпича используется в строительстве жилых домов и построек, соответственно и целевая аудитория состоит из физических лиц, приобретающих кирпич для строительства своих домов и различных построек, а также юридических лиц – застройщиков многоэтажных жилых домов и различных коммерческих построек.

Для анализа рынка требует изучение конкурентов – производителей кирпича в регионе нахождения предприятия (в нашем случае это Тюменская область), а именно: анализ возраста предприятия, его ассортимент, объемы производства в целом, а также отдельных видов кирпича в год, динамику цен на рынке региона, а также отзывы. Проведя исследование конкурентов по производству стеновых материалов, кирпича в частности на рынке Тюменской области приходим к выводу, что таких конкурентов существует пять. В ходе анализа конкурентов – производителей кирпича, необходимо также изучить товары-заменители и предприятия их изготавливающие.

Самый главный вопрос, который следует решить это необходимость выпуска новой продукции, т. е. есть ли в планировании муниципального образования, где расположен завод застройки. В нашем случае, проанализировав план застройки на 2020 год, приходим к выводу, что производство нового кирпича является актуальным.

Согласно государственной программы Тюменской области «Развитие жилищного строительства до 2020 года» к 2020 году должно быть введено в

действие 1690 тыс. кв. м. общей площади жилых домов и 36% доли должно быть введено малоэтажного строительства от общей площади жилья [2].

Следующим этапом исследования является анализ рисков. К основным рискам при производстве кирпича является его конкуренция с уже существующими крупными заводами по производству стеновых материалов; сезонность потребности в продукции – кирпиче и ограниченность рынка, т.е. потребность в дальнейшей благоустроенности территории муниципального образования.

Большое внимание следует уделить ассортименту продукции, выпускаемой для потребителями. В Тюменской области заводами по производству стеновых материалов выпускается порядка 6–7 видов строительного кирпича. Технология производства, материал для изготовления, размеры, а также качество и количество продукции у каждого завода свои. Для производства новейшего продукта на предприятии следует учитывать данную особенность.

Проанализировав масштабы производства кирпича предприятиями, находящимися в регионе, планируем ассортимент и объем выпуска новой продукции на заводе, для этого необходимо исследовать технико-потребительские характеристики кирпича: цвет, фаска, вес и марка. Изготовление новой продукции – строительного кирпича зависит от изменений и усовершенствований именно этих характеристик.

Оборудование, используемое при изготовлении кирпича, является самой затратной частью при производстве новой продукции. Определение необходимого набора оборудования зависит от объемов и материалов для изготовления. Финансовые затраты, необходимые для его приобретения зависят от возможной завода (кредитные, собственные или инвестиционные средства).

К типам новой продукции – кирпича относятся: совершенно новый кирпич; кирпич с улучшенными характеристиками; новое применение строительного кирпича; кирпич с дополнительными функциями; кирпич с

меньшими издержками; кирпич с новым дизайном; кирпич с новой маркой или упаковкой.

Разработка новой продукции понимается как разработка каких-либо эксклюзивных товаров, либо улучшение качества имеющей продукции и ее модернизация, либо создание новой марки продукции собственного производства.

Керамический кирпич – это уникальное глиняное сырье, которое добывается собственным предприятием ООО «Тюменьнеруд», что позволяет контролировать качество продукта на каждом этапе производства. При обжиге глина становится крепчайшим строительным материалом, обеспечивая хорошую звукоизоляцию, низкую влажность и естественную циркуляцию воздуха в помещении. Керамический кирпич высшего сорта производится на итальянском, немецком и швейцарском оборудовании, что говорит о высоком качестве конечного продукта в регионе.

На сегодняшний день, ассортимент производимой заводом продукции включает в себя лицевой и рядовой керамический кирпич. Рядовой делится на полнотелый кирпич и пустотелый, одинарный и утолщенный. Коллекции лицевого (облицовочного) кирпича представлены в нескольких цветовых вариациях: «Фирменный красный», «Шоколад» и «Слоновая кость».

Изучив ценовую политику, приходим к выводу, что индекс увеличения стоимости нового кирпича составит 1,0, это в первую очередь зависит от улучшения качества выпускаемой новой продукции. Для улучшения спроса потребителей необходимо дифференцировать стоимость нового выпускаемого кирпича по маркам.

© Реализация объемов производства главным образом распределяется в Тюменской области, однако 20% это другие регионы и 10% изготовленной продукции поставляется в Казахстан.

Политикой продвижения и управлением сбыта новой продукции занимается специально созданная служба при заводе.

На основе анализа прошлых лет и рынка конкурентной продукции составляется план продаж новой готовой продукции.

При формировании финансового плана по разработке-производству и сбыту новейшей продукции на предприятии следует учитывать уровень инфляции в регионе.

Основные суммы капитальных вложений, необходимые при производстве нового кирпича связаны в основном с приобретением нового оборудования (импортные поставки (в нашем случае это итальянское и швейцарское оборудование, таможенная пошлина,), местные поставки, инжиниринг, монтаж и иными сопутствующими расходами (строительно-монтажные работы, проектные работы и т. д.).

К иным финансовым расходам относятся: общехозяйственные, общепроизводственные и производственные).

Всесторонняя подготовка производства нацелена на обеспечение комплексной готовности производства к выпуску конкретных видов продукции к определенным срокам, выбранного уровня качества и в необходимых количествах. Достижение указанных целей должно основываться на минимизации всех видов затрат на его подготовку.

Подготовка производства представляет собой совокупность взаимосвязанных научно-исследовательских, проектных, опытно-экспериментальных и освоенческих работ, при реализации которых осуществляется создание и производственное освоение конкретных видов новой продукции и технологии ее изготовления, новых технических, социально-экономических решений и структур. Она также призвана обеспечить техническую, экономическую, организационную, социальную и экологическую готовность всех звеньев производственной системы к выпуску новой продукции, использованию новой технологии, организации производства, труда и управления.

Литература

1. Алиев В.Г. НТП и подготовка производства. М.: Экономика, 2007.

2. Постановление Правительства Тюменской области от 22.12.2015 № 682-п «Об утверждении государственной программы Тюменской области «Развитие жилищного строительства» до 2020 года [Электронный ресурс] // Режим доступа: https://admtyumen.ru/files/ogv_to/DCP/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%BC%D0%BC%D0%B0%282%29.pdf (дата обращения: 01.11.2019).

© Бюллетень магистранта 2019 год №6