

ФОРМИРОВАНИЕ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ АНАЛИЗА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ

Барабаш К. С.

Научный руководитель – канд.экон.наук., проф. Ковалева М. Т.

Сибирский федеральный университет, г. Красноярск

Объектом исследования является Общество с ограниченной ответственностью Литейно-Прессовый Завод «Сегал» – один из крупнейших в России разработчиков, производителей и поставщиков системных алюминиевых профилей для создания строительных конструкций. Номенклатура предприятия представлена следующими видами готовой продукции:

- 1) профиль неокрашенный;
- 2) профиль окрашенный;
- 3) профиль «теплый» неокрашенный;
- 4) профиль «теплый» окрашенный.

Основным потребителем профильной продукции ООО «ЛПЗ «Сегал» является строительная отрасль – доля в структуре потребления составляет 65%. Следовательно, от стабильности на данном рынке зависит устойчивое положение предприятия.

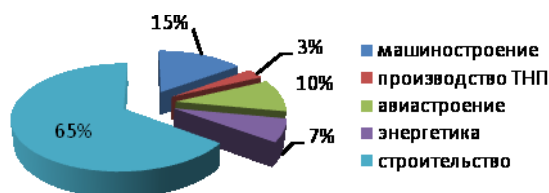


Рис. 1. Структура потребления алюминиевых профилей в России на 2009 год, %

Нами была проведена оценка основных экономических показателей объекта исследования за период с 2006 по 2009 года, в ходе которой получены следующие результаты. Объемы производства товарной продукции, как в натуральном, так и стоимостном выражении росли в период с 2006 по 2008 год, в 2009 году произошел значительный спад производства, что было обусловлено падением спроса на изготавливаемую продукцию. В 2009 году наблюдалось также уменьшение получаемой предприятием выручки, что связано с меньшим объемом реализации товарной продукции. В то же время затраты на 1 рубль отгруженной продукции растут, что является негативной тенденцией для предприятия. Необходимо отметить, что предприятие работает «под заказ», и в связи с уменьшением потребительского спроса, а соответственно и выпуска товарной продукции на предприятии мощности загружены на 60%.

Таким образом, внутренний анализ объекта за 2006-2009 гг. показал, что эффективность деятельности предприятия снизилась. Причиной данного снижения является экономическая нестабильность на рынке. Мировой экономический кризис 2008 года оказал негативное влияние на строительную индустрию: была заморожена реализация многих инвестиционных программ, возникли трудности с финансированием текущих проектов, сократились объемы закупок металлопродукции, что в свою очередь не могло не отразиться на производстве алюминиевых профилей.

Для повышения эффективности деятельности ООО «ЛПЗ «Сегал» необходимо было пересмотреть товарную политику предприятия, которая отвечала бы с одной стороны сложившейся в стране рыночной ситуации, тенденциям ее развития, и потребителю, а с другой – возможностям предприятия.

Товарная политика занимает важное место в повышении конкурентоспособности предприятия, так как именно товар, его качество, оптимальный ассортиментный набор влияют на конкурентные позиции продукции и успех предприятия.

Для планирования товарной политики ООО «ЛПЗ «Сегал» были исследованы текущие и перспективные потребности покупателей, проанализированы направления использования алюминиевой профильной продукции и особенности покупательского поведения на соответствующих целевых рынках. Для этого был проведен анализ внешней среды ООО «ЛПЗ «Сегал».

Строительный рынок на сегодняшний день широко использует новые технологии и материалы, без которых невозможно представить современные архитектурные решения зданий, торговых объектов и других разнотипных сооружений. Стиль монументальности уступил дорогу легким и изящным конструктивным решениям из алюминия.

Основными сегментами потребления алюминиевой профильной продукции в строительной отрасли являются административные и офисные здания (более 30% в структуре потребления) и строительство жилых домов (загородных и городских) – 24%.



Рис. 2. Структура потребления алюминиевого профиля, %

Развитие строительства малоэтажных жилых домов представляет наибольший интерес для ООО «ЛПЗ «Сегал» с точки зрения возможности реализации своей продукции. Данный сегмент рынка на сегодняшний день платежеспособен, ввод малоэтажного жилья происходит довольно быстрыми темпами.

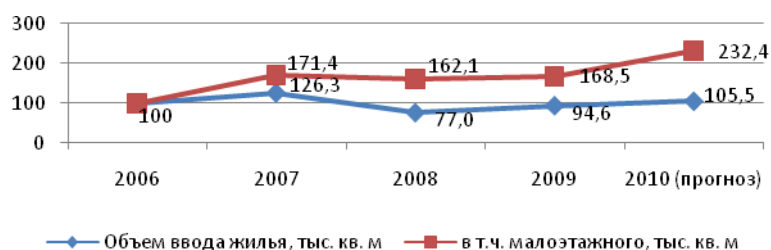


Рис. 3. Динамика ввода жилья в Красноярском крае, %

Анализ структуры потребления профильной продукции ООО «ЛПЗ «Сегал» показал, что окрашенный профиль на рынке на сегодняшний момент более востребован.

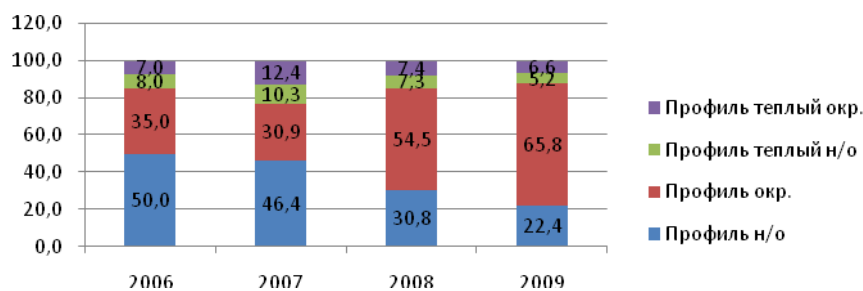


Рис. 4. Структура потребления профильной продукции ООО «ЛПЗ «Сегал», %

Таким образом, изменение инфраструктуры потребления алюминиевого профиля и поиск новых решений и направлений в строительной отрасли позволяют предположить, что перспективным направлением для ООО «ЛПЗ «Сегал», с нашей точки зрения, является производство нового вида профиля – декорированного, который является прекрасной альтернативой традиционной бело-серой гамме на рынке покрытий для жилищного сектора. Принцип декорирования заключается в придании алюминиевому профилю фактуры дерева, камня, мрамора гранита.

Декорирование алюминиевых профилей позволяет совершенно изменить их внешний вид, делая их более привлекательными для потребителей.

Использование декорированного алюминиевого профиля предоставляет новые возможности в решении интерьеров. Комбинации по сочетанию покраски профиля с декорированием внутренних и внешних поверхностей практически не ограничены – все зависит от фантазии заказчиков и замыслов архитекторов и дизайнеров.

Стоит также отметить, что декорированный алюминиевый профиль имеет большие преимущества перед другими материалами, которые применяются для изготовления строительных конструкций:

- 1) сохраняет все преимущества алюминиевого профиля: легкость и при этом высокая несущая способность;
- 2) экологичность – технология не является токсичной, процесс декорирования не загрязняет окружающую среду. При нанесении декора не используются жидкие растворители и красители. Не происходит выделение вредных химических веществ;
- 3) улучшение физических свойств: прекрасное качество рисунка, прочность самого материала и долговечность покрытия, повышенное сопротивление к механическим и атмосферным воздействиям, декорированный профиль не требует специального ухода и может быть использован для изготовления внешних ограждающих конструкций;
- 4) возможно различное декорирование разных сторон одного профиля. Так, например, наружная сторона профиля может быть декорирована под гранит, а внутренняя - под фактуру дерева;
- 5) экономические преимущества: доступный по цене вид облагораживания поверхности алюминиевых профилей (западные аналоги значительно дороже), широкий рынок потребления, гибкость цветовой гаммы в соответствии с тенденциями моды.

Реализация данного предложения на предприятии требует инвестиций для приобретения специального оборудования для декорирования алюминиевого профиля, а так же пленки для декорирования. Проведенные расчеты показали, что производство декорированного алюминиевого профиля позволит дозагрузить мощности предприятия, увеличить прибыль и рентабельность ООО «ЛПЗ «Сегал», а так же завоевать новых покупателей посредством расширения ассортимента продукции. На наш взгляд, сформированная на основе потребительских предпочтений товарная политика, позволит предприятию увеличить долю рынка и повысить свою эффективность.