

УДК 658.5

А.В. Дудкина

Научный руководитель: старший преподаватель Т.М. Лобанова

ГУ ВПО «Белорусско-Российский университет»

Республика Беларусь, г. Могилев

yatm@rambler.ru , anna-kind@mail.ru

ФОРМИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ НА ОСНОВЕ ПОСТРОЕНИЯ ДЕРЕВА РЕШЕНИЯ

Рассмотрена методика обоснования плана производственно-сбытовой деятельности предприятия на основе экспертных оценок и построении дерева решений.

Объектом исследования является одно из крупных и стабильно работающих предприятий легкой промышленности в Могилевской области, которое уже более 40 лет функционирует на рынке производства текстильных тканей и продукция которого широко экспортируется за рубеж – на экспорт отправляется более 70% продукции.

Целью данной работы является выбор дальнейшей стратегии развития предприятия, касающейся, в частности, таких вопросов, как стоит ли производить новую продукцию или достаточно старой, стоит ли выходить на новые рынки сбыта или увеличивать объем произведенной продукции и реализовывать ее на уже проверенных рынках сбыта.

На основе анализа объемов производства, реализации и структуры ассортимента были сделаны следующие выводы:

- в структуре производимой продукции более 60 % составляет ткани для специальной и форменной одежды, спецснаряжение. При этом в общем

объеме отгруженной промышленной продукции 8,3 % занимает инновационная продукция;

– по итогам 2013 года прибыль от текущей деятельности составила порядка 28 млрд. бел. р., а чистая прибыль – 4,3 млрд. бел. р. Выручка от реализации продукции, товаров, работ услуг – 1 001,4 млрд. бел. р.

– среди важнейших видов промышленной продукции, которую производит акционерное общество, ткани занимают наибольший объем. Так, общий объем произведенных тканей составил 140,8 млн. пог. метров, из которых ткани, кроме нетканых материалов типа тканей 52,1 (37 %), ткани из химических волокон, кроме специальных – 30,9 (22 %), ткани из комплексных синтетических и искусственных нитей – 29,6 (21 %), ткани хлопчатобумажные, кроме специальных тканей – 21,1 (15 %). При этом объем произведенных тканей хлопчатобумажных, кроме специальных тканей, в 2013 году несколько снизился и составил 94,3 % к уровню прошлого года. Но этот вид тканей является основным для общества.

На предприятии были проведены маркетинговые исследования по следующим направлениям:

- выпускать инновационный вид продукции или нет;
- выходить ли с ним на новые рынки сбыта;
- какую устанавливать цену на новый вид продукции?

В настоящее время предприятие производит ткани хлопчатобумажные вида «оригинальная». Инновационный вид продукции, которую планируют запустить в производство – ткань «Венера». Новый вид ткани более легкий и тонкий, что хорошо подойдет для жарких стран, так как ткань полностью натуральная и хорошо пропускает воздух. Ткань «Венера» можно использовать для пошива одежды, например рубашек, блуз.

После проведения маркетинговых исследований и анализа рынков сбыта получены следующие результаты:

– в случае, если предприятие решит выпускать новую продукцию, то вероятность того, что на новом рынке новая инновационная продукция будет пользоваться спросом и её реализация будет прибыльной – равна 0,7.

– в случае, если решат с новой продукцией оставаться на старых рынках сбыта, то вероятность получения прибыли от ее реализации будет равна 0,6.

– при условии, что руководство решит не выпускать новую продукцию, а выпускать и продавать старую, то при выходе на новый рынок вероятность получения прибыли равна 0,7, а на старом – 0,6.

Вероятности рассчитывались на основе экспертных оценок, которые выставляли эксперты – работники отдела маркетинга. А после все оценки были сведены и получены интегральные значения вероятности. При этом проводились исследования рынков сбыта, потребность в данном виде ткани, изучались конкуренты, цены на подобный вид ткани.

Объем выпускаемой новой и старой продукции равен 5000 погонных метров. Себестоимость новой продукции равна 27 368 белорусских рублей, а старой – 18 961 белорусских рублей. Расчет себестоимости произведен на основе калькуляции затрат. В целях завоевания рынка рентабельность планируется невысокой: на уровне 10%. Цена новой ткани больше, так как появились новые свойства и характеристики ткани.

В ходе анализа было составлено дерево решений (рис. 1), которое показало, что максимальную прибыль предприятие получит при условии выпуска новой продукции и выхода с ней на новый рынок сбыта. При принятых условиях максимальный размер прибыли составит 69,05 млн. бел. р.

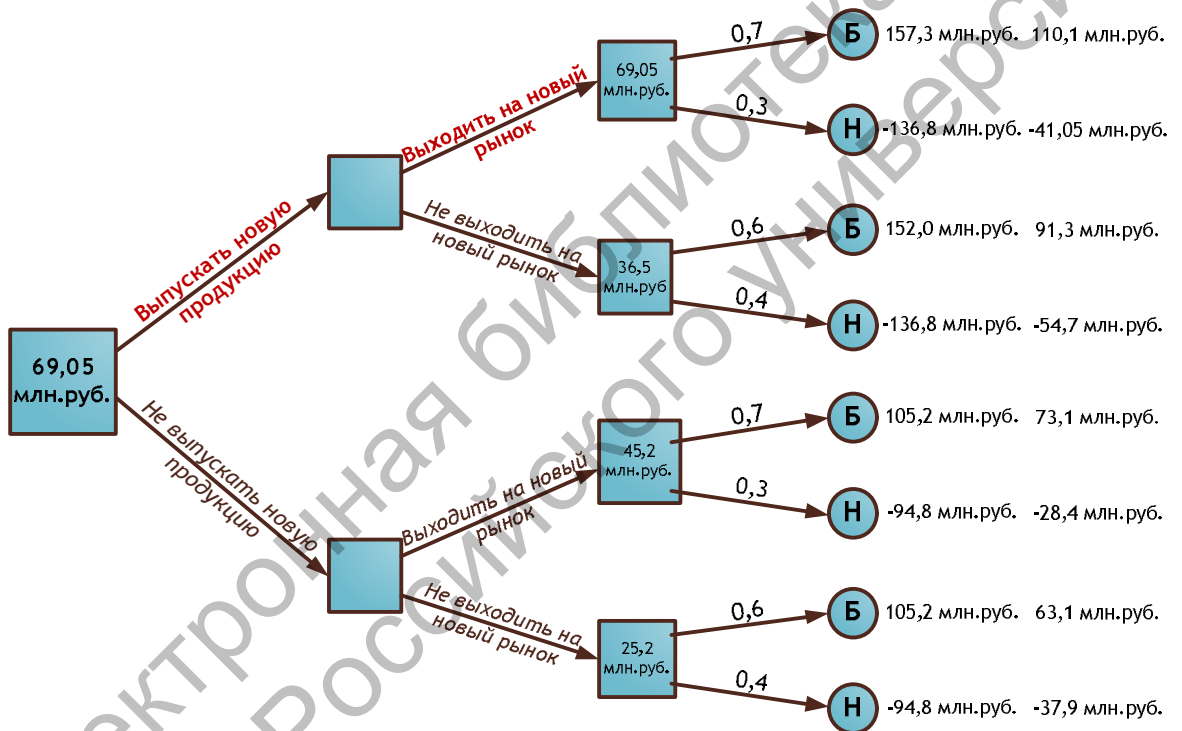


Рис.1. Дерево решений

Материал поступил в редколлегию 6.10.14.