

## ОСНОВНЫЕ ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ СОВОКУПНОГО СПРОСА НА ТОВАРЫ

**В.Д. Жариков, Н.В. Тезикова, М.В. Жарикова**

*ГОУ ВПО «Тамбовский государственный технический университет», г. Тамбов*

*Рецензент д-р техн. наук, д-р экон. наук,  
профессор Б.И. Герасимов*

**Ключевые слова и фразы:** дифференциация; конкурентоспособность; машиностроительная продукция; снижение издержек; совокупный спрос.

**Аннотация:** Предложен вариант повышения совокупного спроса за счет повышения конкурентоспособности продукции путем ее дифференциации и снижения издержек.

Ситуация на российском рынке машиностроительной продукции меняется все возрастающими темпами. Наряду со всемирно известными мировыми грандами машиностроения из Германии и Италии (например фирма «Харбург-Фройденберг», известная в Европе как крупнейший производитель современного высокоточного оборудования для шинных компаний) появляются и укрепляются азиатские производители из Китая, Кореи, Тайваня.

Решение проблемы повышения конкурентоспособности видится либо за счет мероприятий по повышению качества продукции, дифференциации производимой продукции, либо в снижении издержек на ее изготовление [1]. Рассмотрим возможность осуществления данных мероприятий на ЗАО «Завод Тамбовполимермаш».

Для оценки возможности повышения совокупного спроса на продукцию проведен анализ ее качества [2].

В ходе анализа возможности повышения качества было выявлено следующее:

1) система менеджмента качества (СМК) документирована и функционирует в соответствии с требованиями ГОСТ РВ 15.002–2003 и стандартов СРПП ВТ;

2) в целом СМК результативна применительно к обеспечению качества производственной деятельности по выпуску продукции;

---

Жариков Виктор Данилович – доктор экономических наук, профессор кафедры «Экономика и управление», e-mail: kafeco@admin.tstu.ru; Тезикова Наталья Владимировна – аспирант кафедры «Экономика и управление»; Жарикова Мария Викторовна – доцент кафедры «Финансы и кредит», ТамбГТУ, г. Тамбов.

3) на предприятии в установленном порядке планируются и проводятся внутренние аудиты, анализ со стороны руководства, оценка удовлетворенности потребителей, анализ данных о функционировании СМК.

Все вышесказанное является положительными моментами, но есть и отрицательные, которым уделяется недостаточно внимания со стороны руководства.

1. Обучение персонала – план по обучению на знание ГОСТ Р ИСО 9001–2001 и ГОСТ РВ 15.002–2003 выполнен на 80 %, а по обучению знанию стандартов СРПП ВТ – лишь на 55 %.

Необходима организация повышения квалификации работающих через прохождение спецкурсов, различных тренингов, семинаров. Основной состав имеет большой профессиональный стаж работы, что позволяет максимально снизить время изготовления любого продукта без потери качества продукции. Но, в последнее время завод приобрел несколько новых станков, что повлекло за собой необходимость обучения работе с ними.

2. Недостаточно внимания уделяется повышению условий труда, соответственно понижается мотивация персонала к труду и надлежащему выполнению рабочих обязанностей. Подтверждением этому могут служить диаграммы объемов брака по цехам (рис. 1).

На рис. 2 показан неисправимый брак в 2009 году.

Причинами некачественного литья собственного производства являются:

- отсутствие требуемых шихтовых материалов;
- в зимнее время не выдержан температурный режим в цехе № 5;
- увеличен промежуток времени между формовкой и заливкой.

Причиной нарушения технологического процесса являются ошибки рабочих, связанные с низкой квалификацией. Ошибки в технической документации были устранены после их обнаружения.

Причиной сбоя станков является незапланированное отключение энергии.

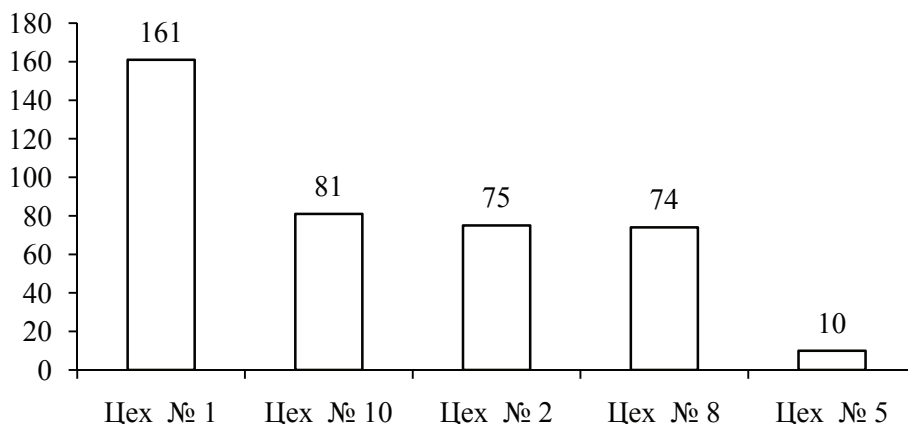


Рис. 1. Количество актов на брак в основных цехах за 2009 год

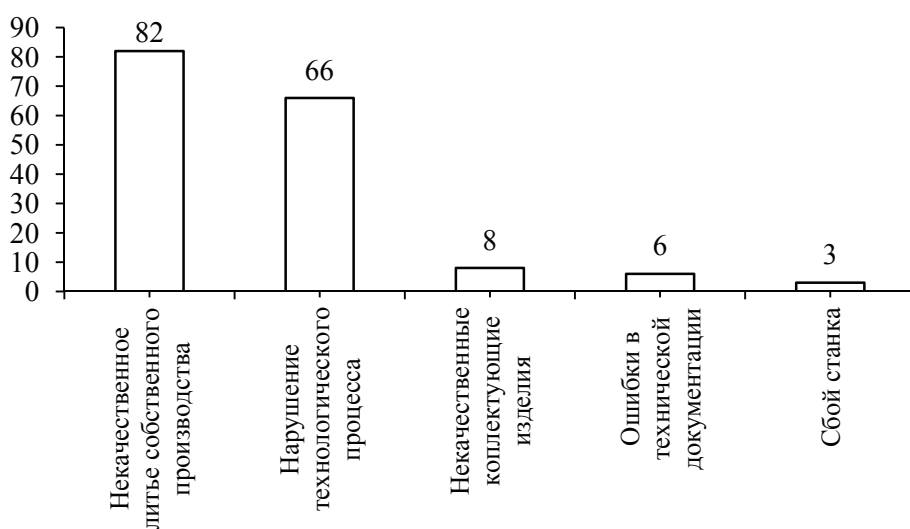


Рис. 2. Характеристика неисправного брака в 2009 году

По результатам анализа представленной диаграммы следует рекомендовать:

- отделу главного технолога (**ОГТ**) и отделу технического контроля (**ОТК**) первостепенное внимание уделить вопросам улучшения качества литья собственного производства;
- ОГТ и ОТК усилить контроль технологической дисциплины;
- отделу материально-технического обеспечения (**ОМТО**) и отделу внешней кооперации (**ОВК**) вести постоянную работу с предприятиями-поставщиками по улучшению качества покупных комплектующих изделий, сырья и материалов.

Также необходимо осуществлять совершенствование работы с существующими постоянными клиентами, так как опережающая работа с ними позволяет построить четкий график работы, обеспечить максимальную загрузку и получать максимальную прибыль без повышения уровня цен.

Уровень удовлетворенности потребителей оценивался методом опроса. Коэффициент удовлетворенности в 2008 году составил 2,71 по четырехбалльной шкале. По сравнению с 2007 годом коэффициент удовлетворенности потребителей повысился (от 2,6 до 2,71).

Одной из причин неполной удовлетворенности потребителей является несоблюдение сроков поставки продукции. Сведения о доле договорных обязательств, по которым были сорваны сроки поставки оборудования, приведены в табл. 1, из которой видно, что большой проблемой предприятия является соблюдение сроков поставок. Основной причиной, помимо нарушений технологического процесса из-за ошибок рабочих и перебоев с электроэнергией, является несогласованность работы с поставщиками материалов и комплектующих изделий.

Для повышения совокупного спроса на полимерное оборудование за счет повышения конкурентоспособности необходимо работать по направлению дифференциации продукции. Предприятию следует осуществить

Таблица 1

## Несоблюдение сроков поставки

Направление деятельности	Количество заключенных договоров	Процентное отношение договоров, по которым сорваны сроки поставки, к общему количеству заключенных договоров, %
Смесительное оборудование	5	80
Редукторы и спецприводы	90	77,8
Вулканизационное оборудование	42	50
Нестандартное оборудование	12	50
Нефтегазопромысловое оборудование	32	18,7

дифференциацию прессов гидравлических по наличию перезарядчиков, Так ЗАО «Завод Тамбовполимермаш» может осуществить поставку прессов со следующими параметрами:

- вулканизационные с электрообогревом или паробогревом;
- с разным размером плит (160–600, 250–600, 250–800, 250–800, 1260–600, 700–700);
- с разной этажностью (1-, 2-, 4-этажные).

Следующим направлением повышения совокупного спроса на продукцию ЗАО «Завод Тамбовполимермаш» является снижение издержек на изготовление пресса. Составим лист конкурентоспособности для пресса гидравлического вулканизационного 250×600 4Э, производимого ЗАО «Завод Тамбовполимермаш» (табл. 2).

$$КСП = \frac{\sum_i W_i a_i}{\sum_i W_i a_{\text{э}i}}$$

где КСП – конкурентоспособность;  $W_i$  – коэффициент весомости значения показателя, выявленный группой экспертов;  $a_i$  – значение показателя для оцениваемого товара;  $a_{\text{э}i}$  – значение показателя товара-эталона, выявленного усредненным способом, путем анализа основных конкурентов данного товара.

$$КСП = 55,52/56 = 0,99.$$

Анализ полученных данных показал, что конкурентоспособность данного товара отстает от эталона на 0,01 %, то есть показатели в норме, если учитывать погрешность.

Рассмотрим, можно ли снизить издержки на производство данного товара. Снижение издержек как правило требует массивных инвестиций в модернизацию производства, так как большая часть оборудования морально устарела; либо в ориентацию на достижение уникальности продукции, что обеспечит максимум прибыли при минимальных вложениях (в данном случае потребуются затраты только на кадровое обеспечение и программные продукты для разработчиков).

Таблица 2

**Лист конкурентоспособности пресса гидравлического  
вулканизационного 250 × 600 4Э**

Показатели	$W_i$	$a_i$	$a_{эi}$	$\frac{a_i}{a_{эi}}$	$\frac{W_i a_i}{a_{эi}}$
Мощность, кВт	1	100	110	0,91	0,91
Габаритные размеры, мм	7	1970 × 1065 × 915	1970 × 1065 × 915	1	7
Масса, кг	4	5500	5700	0,96	3,86
Цена, руб.	6	1 500 000	1 500 000	1	6
Производительность, т	2	10	15	0,66	1,33
Время вулканизации, мин	5	0,1...99,9	0,1...99,9	1	5
Выдвигание плунжера пресса, мм	3	320	300	1,07	3,2
Количество цилиндров, шт.	8	8	8	1	8
Общее усилие, т	10	250	220	1,14	10,22
Номинальное напряже- ние, В	10	220	220	1	10
<b>ИТОГО</b>	<b>56</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>55,52</b>

Переменные издержки могут быть снижены путем улучшения и экономного использования ресурсов, но в нашем случае этот метод не подходит, так как данный продукт изготавливается уже много лет по устоявшейся технологии.

Постоянные издержки могут быть снижены за счет улучшения технологии, снижения накладных, административных и коммерческих расходов до уровня, покрываемого общей маржинальной прибылью от всех товаров, но все это требует затрат денежных средств, которых в данный момент у завода нет.

Рассмотрим составляющие себестоимости одного из ключевых продуктов – пресса гидравлического вулканизационного 250 × 600 4Э (табл. 3).

Видно, что большая доля расходов приходится на сырье и общепроизводственные расходы, следовательно, необходимо искать пути их снижения. Расход материалов в данном случае снизить не получится, так как технологию изготовления данного пресса изменить невозможно. Соответственно общепроизводственные расходы (**ОПР**) и общехозяйственные расходы (**ОХР**) на предприятии можно попытаться снизить проверив возможность сокращения штата управленческого персонала, специалистов и служащих. Результатом может стать себестоимость (см. табл. 3).

**Себестоимость изготовления прессы гидравлического  
вулканизационного 250×600 4Э**

Составляющие себестоимости	Реальная сумма, руб.	% каждой статьи затрат от общей себестоимости	Сумма после внесения изменений, руб.	% каждой статьи затрат от общей себестоимости
Материалы	403 972	33	403 972	34
Заработная плата	176 532	15	176 532	15
Амортизация	49 340	4	49 340	4
ОПР	253 745	21	229 745	19
ОХР	330 680	27	330 680	28
<b>ИТОГО</b>	<b>1 214 269</b>	<b>100</b>	<b>1 190 269</b>	<b>100</b>

Таким образом, конкурентоспособность продукции – это комплексная многоаспектная характеристика, отражающая способность продукции в течение периода ее производства соответствовать по качеству требованиям конкретного рынка (рынков), адаптироваться по соотношению качества и цены к предпочтениям потребителей, обеспечивать выгоду производителю при ее реализации и формировать соответствующий совокупный спрос.

*Список литературы*

1. Портер, М.Э. Конкуренция / М.Э. Портер. – М. : Вильямс, 2001. – 496 с.
2. ЗАО «Завод Тамбовполимермаш» [Электронный ресурс] : офиц. сайт. – Режим доступа : <http://www.tambovpolymer.ru/>. – Загл. с экрана.

**Main Techniques of Increasing Total Demand for Products**

**V.D. Zharikov, N.V. Tezikova, M.V. Zharikova**

*Tambov State Technical University, Tambov*

**Key words and phrases:** aggregate demand; competitive products; cost reduction; differentiation; machinery.

**Abstract:** The paper proposes to improve the aggregate demand by increasing competitiveness of products through their differentiation and reduction in costs.

© В.Д. Жариков, Н.В. Тезикова, М.В. Жарикова, 2010