

УДК 65.084

С.М.Боровикова (6 курс, каф. УКТИ), Л.Н.Шуткевич, к.т.н., доц.

## РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИИ ВЫПУСКА НОВОЙ ПРОДУКЦИИ НА ПРИМЕРЕ ПРИСПОСОБЛЕНИЯ РАЗЛИВА ЖИДКОСТИ

В настоящее время существует множество складов хранения жидких веществ, налитых в бочки вместимостью до 300 литров. С этих складов производится продажа продукции в небольших количествах путем разлива. Как правило, на этих складах отсутствуют устройства механизации процесса разлива; приходится вручную поднимать и наклонять тяжелую бочку.

Процесс разработки и вывода новой продукции на рынок включает этапы от генерации идей до начала коммерческой реализации серийной продукции. В течение этого времени создаются потенциальные варианты будущего изделия, которые оцениваются с точки зрения возможности удовлетворения потребностей рынка, из которых выбираются наиболее привлекательные и осуществляется организация производства этой продукции. Этот процесс состоит из следующих последовательных этапов: обзор рыночной ситуации, генерация идей, фильтрация идей, проверка концепций, экономический анализ, разработка продукта, испытание продукта, пробный маркетинг, коммерческая реализация.

Решая проблему механизации разлива жидкостей из бочек, был произведен поиск изделий – аналогов, как отечественного, так и импортного производства. В результате поиска удалось найти два изделия, решающие эту задачу:

- линейная разливная машина Polaris, которая полностью автоматизирует процесс разлива жидкостей любой консистенции;
- грузоподъемное устройство HV-BR 0312, выпускаемое фирмой Pfaff (Германия).

Далее было произведено сегментирование рынка потенциальных заказчиков этих устройств и произведена оценка емкости каждого сегмента. В результате этого анализа выявлены два сегмента:

- крупные склады, обслуживающие большое количество потребителей (склады предприятий – производителей, оптовые базы и т.д.)
- малые склады предприятий мелкого и среднего бизнеса, обслуживающие небольшое количество покупателей.

В качестве целевого сегмента из двух выявленных был выбран второй сегмент, как наиболее многочисленный, а, следовательно, перспективный для организации сбыта серийной продукции.

В результате проведенного опроса было установлено, что наиболее предпочтительной моделью для этих потребителей является устройство HV-BR 0312, как более простое в использовании, имеющее меньшие габаритные размеры.

Устройство HV-BR 0312 представляет собой тележку с тормозом, имеющую узел фиксации бочки, ручной привод подъема бочки на высоту до 1250 мм и ручной привод поворота бочки на угол до 135°. Это устройство было выбрано в качестве аналога для разработки нового изделия. Стоимость устройства HV-BR 0312 составляет 7000 у.е. США. Пока на российский рынок из-за высокой цены не осуществлено ни одной продажи этого изделия, хотя запросы на него поступали неоднократно. Дополнительный поиск аналогов выявил бочкоподъемники Lema (Польша), из которых ближайшим аналогом устройству HV-BR 0312 явились модели COT-0.35 с ручным приводом стоимостью 1750 у.е. и COT-

0.35С с ножным приводом стоимостью 1850 у.е. продаваемые в настоящее время в России. В итоге необходимо констатировать, что с отечественным изделием на рынок удастся выйти только предложив более низкую цену. Ориентировочная цена, по которой новый отечественный бочкопрокидыватель может продаваться на российском рынке, составляет 1000у.е. + НДС 20%.

В результате проведения процедуры бенчмаркнга было выяснено количество польских бочкопрокидывателей, проданных в Санкт-Петербурге, и поставлена задача в течение первого года выпуска нового бочкопрокидывателя продать 10% от этого числа.

После определения программы на первый год выпуска был разработан эскизный проект, включающий возможные варианты исполнения нового изделия, произведен стоимостный анализ вариантов конструкций и выбрана окончательная конструкция изделия с минимальной себестоимостью, удовлетворяющий требованиям российского рынка и разработан бизнес-план организации производства.