

Федин Е.А.

*Научный руководитель: к.э.н, доцент Л.И. Пугина  
Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного  
учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет  
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23  
E-mail: egorfedin@yandex.ru*

### **Исследование маркетинговой деятельности предприятий деревообрабатывающей промышленности (на примере ЗАО Муром)**

Деревообрабатывающая промышленность России существует издавна. В качестве индустриального комплекса она сформировалась в начале 18-го столетия.

ЗАО «Муром» занимается разработкой, производством и продажей фанеры и ДСП в РФ и за рубежом. Продукция предприятия является экологически чистой, производится на современном высокотехнологическом оборудовании. Производственная мощность предприятия - 120 тыс. куб. м фанеры и такое же количество древесно-стружечных плит [3].

Предприятие активно сотрудничает с иностранными и российскими компаниями. Следует отметить, что более 80% фанеры ЗАО «Муром» отгружает в Европу и США, около 20% странам СНГ и российским потребителям.

Основными конкурентами ЗАО Муром являются: Вятский Фанерный комбинат, ЗАО "Архангельский фанерный завод", ООО «Кадуийский фанерный комбинат».

На основании проведенного анализа и выявленных недостатков разработаны рекомендации, которые помогут организации преодолеть проблемы и укрепить свои конкурентные преимущества относительно других участников рынка Мы предлагаем производить новые виды продукции из отходов производства: бумагу, мешки, упаковку. Для производства мешков предлагается приобрести пакетоделательную машину «Windmoeller & Hoelscher» или «ЛЕМО».

Экономическое обоснование производства новых видов продукции представлено в таблице 1.

Таблица 1

Экономические показатели производства бумажных пакетов

Показатели	Пакетоделательная машина «Windmoeller & Hoelscher» для производства пакетов с петлевой ручкой	Пакетоделательная машина «ЛЕМО» для производства пакетов с вырубной ручкой	Разница
1.Производительность машины в мин., шт.	150	230	80
2.Производительность в месяц, шт.	3168000	4857600	1689600
3.Производительность в год, шт.	38 016 000	58291200	20275200
4.Инвестиции, тыс. руб.	150 000	220 000	70000
5.Цена одного пакета	8	11	3
6.Себестоимость одного пакта	5	8,25	3,25
7.Прибыль на один пакет, руб.	3	2,75	0,25
8.Выручка за год, тыс. руб.	304128	641203	337075
9. Прибыль за год, тыс. руб.	114048	162008	47960
10. Срок окупаемости, лет	1,3	1,3	0

Пакетоделательная машина «Windmoeller & Hoelscher» производит около 150 пакетов в минуту. Пакетоделательная машина «ЛЕМО» производит пакеты с вырубной ручкой около 230 пакетов в минуту.

Из таблицы 1 видно, что производительность паке­то­де­ла­тель­ной ма­ши­ны «Windmoeller & Hoelscher» за год со­ставит 3168000 штук. В ре­зуль­та­те та­ко­го объ­ема про­из­вод­ства пред­при­я­тие по­лу­чит при­быль 114048 тыс.руб., а срок оку­пае­мо­сти со­ставит 1,3 лет. Па­ке­то­де­ла­тель­ная ма­ши­на «ЛЕМО», про­из­вод­тель­ность ко­то­рой за год со­ставит 58291200 штук, по­лу­чит при­быль в раз­ме­ре 162008 тыс.руб и срок оку­пае­мо­сти со­ставит 1,3 лет.

По­требителями бумажных пакетов могут стать известные торговые компании: ПАО Магнит, ПАО Ашан, ПАО Икея, ПАО «Детский мир», ПАО «М-видео» и другие торговые центры.

Рассмотрим варианты предоставления скидок потребителям при больших объемах закупок.

Вариант скидки с объема продаж пакета с петлевой ручкой по цене 8 руб.

1 вариант- скидка 3 %, объем продаж 500 000 шт.

Объем продаж =500 000\*8=4 0000 00 руб.

Скидка =4 000000\*0,03=120000 руб. – скидка

2 вариант - скидка 5 %, объем продаж 1 000 000 шт.

Объем продаж =1 000 000\*8 = 8 000 000 руб.

Скидка =8 000 000\*0,05= 400 000 руб.

Вариант скидки с объема продаж пакета с вырубной ручкой по цене 11 руб.

1 вариант скидка 7 %, объем продаж 1 500 000 шт.

Объем продаж =1 500 000\*11=16 500 000руб.

Скидка =16 500 000\*0,07=1 155 000 руб. – скидка

2 вариант - скидка 10 %, объем продаж 5 000 000 шт.

Объем продаж =5 000 000\*11 = 55 000 000 руб.

Скидка =55 000 000\*0,1= 5 500 000 руб.

Таким образом, предприятие сможет реализовать произведенные бумажные пакеты надежным покупателям и в дальнейшем расширять свои производственные возможности. Специалисты по продажам должны провести соответствующую работу по рекламе, продвижению своих новых товаров и успешно заключить договора на крупную сумму, предоставляя предложенные скидки. Ввод новой линии позволит полностью удовлетворить спрос потребителей, который до недавнего времени превышал возможности производства.

### Литература

1. Баркан Д.И., Ручьева А.С. Стратегический маркетинг как ценностная навигация // Вестник С.-Петербур. ун-та. – Сер. Менеджмент. – 2015. Вып. 4. – С. 3-38.
2. Третьяк О.А. Отношенческая парадигма современного маркетинга //Российский журнал менеджмента. – 2013. – Т. 11. – №. 1. – С. 41-62.
3. [http://www.zaomurom.ru/news/news\\_63.html](http://www.zaomurom.ru/news/news_63.html)