

данных была перерасчитана прибыль компании в сегменте автострахования. Она оказалась равной 47 722 330 руб., что превышает прибыль компании по итогам 2005 года на 7 %. Таким образом, введенная система поправочных коэффициентов позволила добиться положительного экономического эффекта в виде прироста прибыли.

УДК 336

ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОДУКТЫ ЗАО «ЗАВОД САМАРАКОМПОЗИТ»

Андреева М.А., Тихонов Д.Д.

Научный руководитель: к.т.н., доцент Гераськин М.И.

Самарский государственный аэрокосмический университет

им. акад. С.П. Королева

Рассматривается предприятие ЗАО «Завод Самараккомпозит», планирующее выведение на рынок полимербетонных подоконников, основываясь на имеющихся у него ресурсах.

Сравним пластиковые подоконники и подоконники из композитных материалов, так как подоконники из композитных материалов представляют собой альтернативу наиболее распространенному сегодня подоконнику из ПВХ. Это объясняется тем, что подоконники из полимербетона превышают по качеству ПВХ подоконники (в таблице 1 приведены сравнительные данные), значит, имеет смысл отнести рассматриваемый продукт к наилучшему сегменту ПВХ подоконников, которым является сегмент элит.

В таблице приведены характеристики материалов, откуда видно преимущество полимербетона по всем показателям. Из них наиболее важные для потребителя: долговечность; коэффициент теплопроводности, характеризующий, насколько подоконная конструкция удерживает тепло (прохладу) в помещении; удельная жесткость, т.е. сопротивляемости поверхности подоконника внешнему давлению; плотность, от которой зависит вес изделия, и другие. Основываясь на выше изложенном, делаем вывод, что подоконник из полимербетона имеет преимущества.

Предложение подоконников ПВХ на Самарском рынке показано в рисунке 1 (спрогнозировано на основе ретроспективных данных по объемам продаж компаний за 2003, 2004, 2005 год).

Таблица 1. Сравнение характеристик подоконников из разных материалов

Характеристика продукта	ПВХ, ГК «Свет»	Полимербетон, ЗАО «Завод Самаракомпозит»	Коэффициент значимости (определен экспертным методом сотрудниками ЗСК)
Устойчивость к биологически и химически активным средам, %	10	95	0.1
Удельная жесткость, $MH \cdot m^3 / m^2 \cdot kg$	8	40	0.14
Прочность при растяжении профилей, MPa	40	120	0.11
Модуль упругости при растяжении профилей, MPa	2501	3850	0.11
Долговечность, условных лет эксплуатации	40	70	0.16
Плотность, g/cm^3	1,42	1,1	0.13
Коэффициент теплопроводности $\lambda = kkal / m \cdot час \cdot ^\circ C$	0,351	0,346	0.14
Прочность при разрыве, MPa	40	196	0.11



Рис1. Предположительное распределение рынка ПВХ подоконников %

Приведенные компании являются основными конкурентами ЗАО «Завод Самаракомпозит». Они занимаются производством и реализацией пластиковых окон и, как составляющей, подоконников ПВХ. Предположительно данными фирмами суммарно будет

реализовано – 97390 погонных метров в 2007 году и 100660 погонных метров в 2008 году.

Статистические данные по застройке и вводу в эксплуатацию жилья за период с 1996 по 2003 год показывают динамику объема потребления подоконников в зависимости от вновь построенного жилья. Составлен прогноз с помощью линии тренда, по объему потребления подоконников в 2007 и 2008 году (см. рисунок 2).

По графику, можно увидеть тенденцию к увеличению потребления подоконников в 2006, 2007 и 2008 годах. В 2007 году потребление возрастает до 109 800 погонных метров, а в 2008 предполагаемый объем потребления подоконников строительными компаниями составит 113 600 погонных метров.



Рис. 2 Объем потребления подоконников строительными компаниями

По данным прогноза www.oknamar.ru подоконники из ПВХ будут занимать 80% рынка подоконных конструкций в 2007 году и 82% рынка подоконных конструкций в 2008 году. В сегменте рынка ПВХ подоконников рассматриваемую компанию непосредственно интересует сегмент элит-подоконников, который по данным того же источника будет составлять 10% сегмента ПВХ подоконников в 2007 году и 11% в 2008 году. Кроме того, учтем предположительные продажи основных конкурентов, развитие которых мы спрогнозировали выше. Получим долю рынка, на которую может первоначально претендовать ЗАО «Завод Самаракompозит».

Таблица 2. Данные прогноза развития рынка подоконников.

Показатель	2007 г.		2008 г.	
	%	Погонные метры	%	Погонные метры

Доля материала ПВХ на рынке подоконников	80	87 840	82	93 152
Доля сегмента элит на рынке ПВХ подоконников	10	8 784	11	10246.72
Объем рынка сегмента элит ПВХ подоконников, не занятый конкурентами	11	966,24	11	1127,07

Цена на инновационный продукт рассчитана способом рыночных сравнений ПВХ материала и полимербетона. При расчете цены вводится интегральный показатель оцениваемого объекта и аналога, вычисляемый путем агрегирования отдельных технических параметров объектов с учетом коэффициентов важности.

$$pa = \frac{pb}{\pi} \prod_{i=1}^j (ai)^{ki}$$

$$\pi = \left(\frac{95}{10}\right)^{0,1} \cdot \left(\frac{40}{8}\right)^{0,14} \cdot \left(\frac{120}{40}\right)^{0,11} \cdot \left(\frac{3850}{2501}\right)^{0,11} \cdot \left(\frac{70}{40}\right)^{0,16} \cdot \left(\frac{1,42}{1,1}\right)^{0,13} \cdot \left(\frac{0,351}{0,346}\right)^{0,14} \cdot \left(\frac{196}{40}\right)^{0,11} = 2,417$$

Цена базового продукта в среднем по расценкам основных компаний на рынке составляет 18\$.

Умножив цену базового продукта на показатель π (показывает, во сколько раз объект лучше ($\pi > 1$) или хуже ($\pi < 1$) аналога), мы получили цену аналога. $pa = 18 * 2,417 = 43,5\$ = 1218$ руб.

Цена погонного метра стеклопластикового подоконника должна составлять 1218 руб. за 1 погонный метр, при этом конкурентоспособность продукта будет равна 1. Чтобы иметь большие преимущества, установим цену за 1 погонный метр 812 рублей, при которой конкурентоспособность в 1,5 раз выше.

Используя выше приведенные данные, компания может рассчитывать на финансовые результаты, показанные в таблице 3.

Таблица 3 Предполагаемые финансовые показатели

Показатель	2007 г., руб.	2008 г., руб.
Выручка чистая	784587	915181
Затраты общие	695119	820204
Прибыль до выплаты налога	89468	94977
Налог (24%)	21472	22794
Чистая прибыль	67996	72183

По проведенному анализу делаем вывод, что производство и реализация подоконных конструкций из композитных материалов при благоприятной конъюнктуре рынка и правильной маркетинговой и финансовой политике организации даст компании возможность в 2007 и 2008 году занять около 11% рынка подоконных конструкций сегмента «элит» в г. Самара и получить дополнительную прибыль 67996 рублей в 2007 году и 72183 рубля в 2008 году.

УДК 33

АНАЛИЗ ФАКТОРОВ ИНТЕГРАЦИИ БИЗНЕСА

Боровик В.В., Киргизова Е.С.

Научный руководитель: к.т.н., доцент Гераськин М.И.

Самарский государственный аэрокосмический университет

им. С.П. Королева

Современный подход к стратегическому территориальному социально-экономическому планированию должен опираться на имеющиеся традиции долгосрочного территориального планирования, модернизированные применением передовых технологий. Стратегическое планирование комплексного социально-экономического развития страны представляет вид управленческой деятельности, состоящий в разработке таких целей развития на стратегическую перспективу и определении механизмов их достижения, реализация которых призвана обеспечить ее эффективное функционирование в условиях изменяющейся внешней и внутренней среды с целью достижения сбалансированности национальных интересов и интересов местного сообщества. Решение задачи интеграции стратегического социально-экономического и финансового планирования - залог успешной реализации принимаемых стратегических решений.

На Рис.1 [1,2,3] представлены линии тренда изменения индексов ВВП и слияний компаний в России и США. Здесь можно проследить цикличность изменения показателей. Циклы Кондратьева - это циклы, связанные с обновлением основного капитала, длительными сроками службы, само же обновление связано с внедрением в производство новых технологий, материалов, источников сырья и энергии, работников новых технологий.