

ПЛАНИРОВАНИЕ АССОРТИМЕНТА ПРОДУКЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Нами предпринята попытка проанализировать вопросы управления ассортиментом продукции на одном из передовых предприятий легкой промышленности ОАО "Элема" с позиций концепции маркетинга. Деятельность данного предприятия представляет интерес, так как оно достаточно успешно продвигает свои продукцию на внешний рынок.

В результате исследования выявлено, что предприятие достигло высокого уровня экспорта своей продукции весьма оригинальным способом. Оно организовало работу на давальческом сырье западных фирм. Это позволило осуществить техническое перевооружение предприятия, поднять на более высокий уровень моделирование изделий, существенно улучшить организацию производства, сохранить рабочие места. Но в таких условиях ассортимент выпускаемой продукции почти полностью определяется требованиями заказчиков-поставщиков исходного сырья.

В настоящее время, как нам представляется, предприятию необходимо изменить тактику и вести работу по уменьшению зависимости от зарубежных фирм. Работа на давальческом сырье является менее выгодным делом, чем выпуск продукции из сырья, закупаемого на коммерческой основе. В 1996 г. прибыль от выполнения заказов западных фирм на условиях "давальчества" составила чуть более 30 % от общей ее суммы, в то время как доля производства на давальческом сырье достигла более 80 %.

Практическое значение для улучшения работы по управлению ассортиментом имеет классификация продукции в зависимости от выполняемых ею на рынке функций. Можно выделить следующие группы: "трудные дети", "локомотив" и "дикие кошки". "Трудные дети" — это модели-новинки.

"Звезды" — "трудные дети", которые понравились потребителям. В качестве "локомотива" выступают модели, спрос на которые постоянен. Это в основном классические модели пальто, жакетов и т.д. "Дикие кошки" — модели, которые перестают пользоваться спросом у потребителей. Это либо потерпевшие неудачу модели-новинки, либо "звезды", которым не удалось стать "локомотивом". Такая классификация выпускаемой продукции позволит формировать производственную программу с учетом конъюнктуры рынка.

Специфика швейного предприятия "Элема" проявляется в том, что оно не может себе позволить выпускать длительное время одну и ту же модель. Постоянное обновление ассортимента — залог успешного сбыта продукции.

Предлагается использовать в практике планирования ассортимента выпускаемой продукции экономико-математическую модель оптимальной производственной программы, которая учитывает как запросы покупателей, так и интересы предприятия и возможности ресурсного обеспечения планируемого ассортимента.

Байголова Т., аспирантка

ПРИВАТИЗАЦИЯ — ОДИН ИЗ ВАЖНЕЙШИХ РЕЗЕРВОВ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ ТОРГОВЛИ

Как показывает мировой опыт, приватизация, если она осуществляется правильно, повсеместно ведет к значительному повышению эффективнос-

ти хозяйства, насыщению рынка, снижению цен при улучшении качества жизненно важных товаров и услуг.

Однако торговые предприятия в нашей республике приватизируются медленно. На начальном этапе процесс приватизации пошел прежде всего на предприятиях, более конкурентоспособных по своей природе. Хозяйственные структуры, попавшие в первую волну, смогли не только обрести относительную свободу, но и выкупиться со значительной финансовой выгодой.

Сегодня темпы передачи недвижимости в частные руки по сравнению с двумя предыдущими годами значительно снизились.

Нами предлагается методика приватизации торговых предприятий, которая состоит из четырех последовательных этапов:

1. Подготовительный этап. На подготовительном этапе выделяются магазины, которые не подлежат приватизации. Это магазины, в которых осуществляется продажа (по твердым низким ценам) товаров малообеспеченным слоям населения. Функционирование таких магазинов связано с обеспечением мер социальной защиты малообеспеченных слоев населения в условиях рыночной экономики. Суммарная стоимость основных средств этих магазинов должна составлять не более 20 % от общей стоимости основных средств всех магазинов. Эти магазины останутся собственностью государства.

Остальные магазины рассматриваются как подлежащие приватизации. Производится предварительная оценка стоимости их основных средств, которая оценивается на основе рыночных цен.

2. Аукционная приватизация. На данном этапе необходимо продать 20 % основных средств от общей стоимости всех магазинов. Из них 15 % основных средств должны продаваться гражданам республики, а 5 % — иностранным гражданам за конвертируемую валюту. Проведение таких распродаж будет способствовать уменьшению дисбаланса товарно-денежной массы, привлечению инвестиций иностранного капитала в торговлю и валютных поступлений в государственный бюджет.

3. Основная приватизация. На данном этапе следует производить распродажу 40 % основных средств от общей стоимости всех магазинов. Из них 30 % основных средств должны продаваться трудовым коллективам магазинов. Эти основные средства трудовые коллективы смогут приобрести за счет наличных средств или кредитов. Сюда можно отнести также долгосрочную аренду предприятий с последующим их выкупом трудовыми коллективами. 5 % основных средств надо бесплатно распределять гражданам республики. Данная мера, с одной стороны, является мерой социальной защиты граждан республики, а с другой, сможет послужить основой для предпринимательской деятельности любого гражданина республики независимо от его финансового состояния в условиях действия рыночной экономики. Остальные 5 % основных средств необходимо продавать на аукционах частным лицам, коммерческим структурам и иностранным предпринимателям. Такая распродажа сможет уменьшить дефицит бюджета и привлечь иностранный капитал.

4. Стабилизирующий и завершающий этап. Именно в этот период происходит распродажа оставшихся 20 % основных средств от общей стоимости всех магазинов. Из них: 5 % основных средств продаются трудовым коллективам магазинов; 5 % — частным лицам; 5 % — иностранным предпринимателям; 5 % — бесплатно распределяются среди граждан республики, обеспечивая таким образом социальную защиту населения в условиях рынка. Результатом четвертого этапа приватизации должно стать широкое развитие коллективной собственности и дальнейшее развитие частной собственности в торговле.

Таким образом, вышеизложенная методика приватизации торговых предприятий является лишь одним из возможных путей практического

осуществления разгосударствления определенной части государственной собственности в торговле. Преимуществом данной методики является: во-первых, четкое обоснование целесообразности поэтапного осуществления приватизации, где первые два этапа — это начальные, вторые два — завершающие; во-вторых, учет максимально высокого спроса населения республики на приобретение бывшей государственной собственности в частную, именно в торговле; в-третьих, гарантированная социальная защита населения республики в условиях рынка; в-четвертых, эффективное регулирование притоков иностранного капитала в процессе приватизации позволит смягчить, а возможно избежать социально-экономических стрессов.

Байголова Т., аспирантка

СИСТЕМА АРЕНДНЫХ ОТНОШЕНИЙ В УСЛОВИЯХ МНОГООБРАЗИЯ ФОРМ СОБСТВЕННОСТИ

В условиях многообразия форм собственности одним из способов имущественных взаимосвязей между участниками производственно-хозяйственного процесса являются арендные отношения, которые могут носить не только экономический, но и общесоциальный характер.

Как особая форма экономических отношений, арендные отношения возникают и развиваются в условиях многоукладности экономики, рыночного механизма формирования цен, многообразия форм собственности, а также наличия стимулов и побудительных мотивов для проявления хозяйственной инициативы.

Арендные отношения проявляют себя как один из способов организации экономического взаимодействия между различными социальными группами, применительно к различным укладам, существующим в системе национальной экономики. Многообразие форм собственности и методов хозяйствования, которые определяют многоукладность экономики, обуславливают различную эффективность хозяйственной деятельности каждого отдельного уклада. Тем самым определяется объективная возможность возникновения арендных отношений между низкоэффективными укладами, владеющими определенной собственностью, и высокоэффективными, испытывающим потребность в ее использовании. Характер установления арендных отношений должен соответствовать целям, определяемым спецификой каждого уклада, а также принципам и нормам производственной и другой хозяйственной деятельности социальных групп, составляющих эти уклады.

Собственно экономический характер арендные отношения приобретают при наличии рыночного механизма формирования цен в условиях развитых товарно-денежных отношений. Потребность в собственности, и, в первую очередь, в основных средствах, может одновременно возникать у различных категорий и групп хозяйствующих субъектов. Они будут обеспечивать разную эффективность использования объектов собственности при равных социально-правовых условиях. Тем самым, в отношении одного и того же объекта собственности у различных хозяйствующих субъектов могут быть различные индивидуальные потребности. В то же время, собственник заинтересован в наиболее выгодном для себя размещении своей собственности, т.е. наиболее эффективном ее использовании.

Многообразие форм собственности, характерное для цивилизованного рынка, позволяет говорить о необходимости развития арендных отношений не только как своеобразного хозяйственного инструмента, но и как социального явления, обеспечивающего взаимосвязь различных категорий собственников. В этом смысле объектами арендных отношений могут выс-