

## 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-