УДК 338.13

DOI: 10.18384/2310-6646-2018-4-98-105

УПРАВЛЕНИЕ ТОВАРНЫМ АССОРТИМЕНТОМ В УСЛОВИЯХ КОМПЛЕКСНОЙ МОДЕРНИЗАЦИИ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОГО ПРОИЗВОДСТВА

Путятин Л. М., Тарасова Н. В., Барсова Т. Н.

*Московский авиационный институт (Национальный исследовательский университет)
125080, г. Москва, Волоколамское шоссе, д. 4, Российская Федерация*

Аннотация. В статье обоснованы методические рекомендации по разработке перспективной ассортиментной политики, внедрение которой на предприятиях машиностроения обеспечит комплексный подход к анализу и повышению конкурентоспособности и перспективности товарного ассортимента предприятия. Рассмотрены такие аспекты, как комплексный анализ и прогнозирование рыночной конъюнктуры, конкурентоспособность товаров и предприятий, основные виды ассортиментной политики, их преимущества и недостатки. Выделены основные направления ассортиментной политики, их этапы и задачи. Представлены показатели, которые целесообразно использовать при анализе перспективного ассортимента продукции машиностроительного предприятия.

Ключевые слова: ассортиментная политика, общая экономическая стратегия, конкурентоспособность товаров и предприятия, ценовая политика, патентно-правовые аспекты.

MANAGEMENT OF PRODUCT RANGE IN TERMS OF COMPREHENSIVE MODERNIZATION OF ENGINEERING PRODUCTION

L. Putyatina, N. Tarasova, T. Barsova

*Moscow Aviation Institute (National Research University)
4, Volokolamskoe highway, Moscow, 125080, Russian Federation*

Abstract. The article presents methodical recommendations for the development of future product policy, the implementation of which at the enterprises of mechanical engineering will provide a comprehensive approach to analyzing and improving the competitiveness and prospects of the product portfolio of the company. We consider such aspects as complex analysis and forecasting of market situation, competitiveness of goods and enterprises, basic types of assortment policy, their advantages and disadvantages. The main directions of assortment policy, their stages and tasks. have been identified. The indicators that should be used in the analysis of the potential product range of a machine-building enterprise have been presented.

Key words: assortment policy, common economic strategy, the competitiveness of products and businesses, pricing, patent and legal aspects.

Ассортимент выпускаемой продукции является важной составляющей текущего и перспективного планирования деятельности предприятий машиностроения. Планирование и прогнозирование ассортиментной политики и её изменения во времени – достаточно сложная вероятностная задача со многими неизвестными [9, с. 136].

Одна из главных заповедей маркетинга гласит, что если нет товара, то нет ничего. Поэтому отработка перспективных образцов техники, приближающихся к мировым, при общем насыщении рынка товарами существующего ассортимента являются важной предпосылкой стабильности и экономического роста машиностроения страны [1, с. 40].

С точки зрения теории вопроса обычно рассматривают три основных вида ассортиментной политики [3, с. 37]:

1. Концентрическая, опирающаяся на плановое обновление товаров на основе заблаговременной их разработки и апробации производства в соответствии со специализацией.

2. Горизонтальная, которая предполагает поиск новых рынков и потребителей.

3. Конгломератная, которая сочетает в себе все существующие инновационные процессы в области новых товаров, материалов, современных технологий, рынков и потребителей, эффективных маркетинговых мероприятий и т. д. [8, с. 578].

В реальных условиях многономенклатурного машиностроительного производства должны сочетаться все три вида ассортиментной политики, однако именно конгломератная политика отвечает современным требованиям комплексной модернизации машиностроительного производства. Необходимо отметить, что ассортиментная политика имеет множество направлений и аспектов, каждый из которых должен отвечать основной стратегии развития предприятия [7, с. 970]. Среди основных направлений ассортиментной политики предприятия следует выделить следующие:

1. Комплексный анализ и прогнозирование рыночной конъюнктуры выпускаемых товаров, реализация которых требует решения следующих проблем разработки и совершенствования:

- методов исследования рынка;
- анализа рыночной ситуации по товарам предприятия;
- оценки конкурентных позиций предприятия и возможностей участия в конкурентной борьбе;
- методов прогнозирования технического прогресса в рассматриваемой области;
- методологии выработки ассортиментной политики предприятия и др.

2. Оценка уровня конкуренции и конкурентоспособности товаров предприятия предполагает [4, с. 289]:

- выбор и совершенствование существующих методов оценки конкурентоспособности товаров;

- использование современных методов прогнозирования конкурентоспособности товаров;

- обоснование выбора рынков с наиболее благоприятной конъюнктурой для долгосрочной работы на них;

- оценку и конкурентный статус предприятия и его финансово-экономического имиджа;

- оценку влияния конкурентоспособности товарного ассортимента и самого предприятия на финансово-экономические результаты его деятельности и др.

3. Обоснование цен и управление ценами предприятия требует решения следующих задач:

- совершенствования методов расчёта цен на товары и услуги, а также стоимости их обслуживанию в течение длительного периода эксплуатации;

- установления взаимосвязи цен на товарный ассортимент предприятия с уровнем конкурентоспособности его продукции;

- анализа эффективности выбранной ценовой политики предприятия и др.

4. В состав задач совершенствования системы сервиса и сервисного обслуживания товарного ассортимента предприятия важно отнести:

- чёткую классификацию необходимого и достаточного сервиса для каждого вида продукции (предпродажное, гарантийное, послегарантийное);

- обоснование форм и методов сервисного обслуживания;

- анализ организационно-экономических аспектов обеспечения сервисного обслуживания предприятием-производителем товара;

- анализ влияния качества сервисного обслуживания на конкурентоспособность товаров;

- оценку эффективности сервисного обслуживания;

- учёт затрат предприятия на все виды сервисного обслуживания с необходимостью корректировки запаса запчастей к выпускаемым товарам и регламентации гарантийного периода обслуживания и др.

5. При решении задачи формирования системы ФОССТИС товаров возникают следующие проблемы:

- обоснование и использование различных форм и методов системы формирования спроса и стимулирования сбыта для каждого вида продукции;

- анализ взаимосвязи жизненного цикла товара с используемыми методами формирования спроса и стимулирования сбыта;

- анализ влияния качества системы формирования спроса и стимулирования сбыта на имидж предприятия;

- оценка эффективности мероприятий по формированию спроса и стимулирования сбыта по видам продукции и др.

6. Модернизация действующего оборудования предполагает:

- анализ действующих производственных мощностей, в частности, оборудования;

- приобретение новых видов оборудования и оснастки для инновационной продукции с учётом прогнозируемого объёма её производства;

- капитальный ремонт оборудования с учётом перспективных задач развития производственной деятельности предприятия и др.

7. Обучение и переподготовка персонала требуют:

- повышения квалификации персонала всех категорий (рабочих, инженеров, руководящих работников и т. д.);

- проведения тематических семинаров с подробным анализом перспективных образцов техники;

- мотивации персонала для выполнения новых видов работ и т. д.

8. Патентно-правовое обеспечение ассортиментной политики предполагает:

- оценку патентной чистоты и патентной защищенности ассортиментного ряда предприятия;

- учёт правовых и финансово-экономических особенностей, льгот и ограничений при работе предприятия на различных рынках;

- учёт правовых и финансово-экономических преимуществ производства товаров при поставке на внутренний и внешние рынки и др.

9. При определении эффективности ассортиментной политики необходимо осуществлять выбор [2, с. 219]:

- методов оценки её эффективности с учётом особенностей предприятия;

- системы показателей, наиболее точно определяющих её эффективность;

- методов прогнозирования изменения рыночной конъюнктуры и отраслевых приоритетов и др.

Формирование перспективной производственной программы предприятия целесообразно осуществлять на основе многовариантных расчётов при использовании различных критериев:

- перспективности товаров во времени на основе прогнозирования их жизненного цикла;

- максимизации прибыли или рентабельности товаров;

- возможности экспорта товаров и др.

Обоснование планируемой производственной программы и уровня её перспективности должно находиться в полном соответствии с глобальными целями развития предприятия на рассматриваемую перспективу. Стратегически правильно выбранные критерии и поставленные задачи обеспечивают предприятию перспективу стабильного финансово-экономического положения в будущем. Современные предприятия всегда располагают ограниченными ресурсами, поэтому рассматриваемые альтернативы их использования обязательно должны присутствовать в современных расчётах при разработке многовариантного товарного производства с учётом фактора времени и объективно существующих ограничений [6, с. 29].

Разработка альтернативных вариантов перспективной ассортиментной политики имеет множество сложностей, например, таких как [5, с. 260]:

- учёт различных ограничений, в том числе финансовых, технических, технологических, организационных и конъюнктурных;

- ограниченный доступ к информации по товарам-аналогам на рынке при оценке и прогнозировании конкурентоспособности отдельных видов продукции;
- выбор наиболее рациональных методов прогнозирования развития рынка;
- выбор между перспективной диверсификацией производства и углублением его специализации;
- выход на экспортные рынки или ориентация в основном на внутренний рынок;
- выбор поставщиков материальных ресурсов и комплектующих изделий, эффективность взаимодействия с ними и др.

При анализе перспективного ассортимента продукции предприятия целесообразно использовать следующие показатели:

- цены на выпускаемый ассортимент товаров (по видам: фиксированные, договорные, внешнеэкономические, определённые на основе соотношения спроса и предложения и т. п.) и возможности их снижения в перспективе;
- производственная мощность предприятия по текущему и перспективному ассортименту товаров;
- трудоёмкость товаров и её возможное снижение при использовании модернизированного оборудования;
- профессионально квалификационный состав работников с учётом их численности;
- себестоимость товаров и возможность её снижения по мере освоения производства, а также использование эффекта масштаба производства;
- затраты на маркетинговые исследования и продвижение товаров;
- капитальные вложения в материально-техническую базу производственной сферы деятельности, обусловленные освоением новой продукции, повышением качества традиционных товаров, совершенствованием технологии производства и т. д.;
- прибыль от реализации продукции (на единицу товара и по планируемым объёмам реализации товаров);
- рентабельность товарного ассортимента по видам;
- эффективность (рентабельность) капитальных вложений, связанных с освоением и выводом продукции на рынок и многие другие.

Применение в практике работы машиностроительных предприятий рассмотренных направлений формирования перспективной ассортиментной политики и показателей ассортиментного анализа сможет обеспечить комплексный подход к анализу и повышению конкурентоспособности и перспективности товарного ассортимента предприятия.

Статья поступила в редакцию: 05.10.2018 г.

ЛИТЕРАТУРА

1. Арсеньева Н. В. Основные проблемы предприятий машиностроительного комплекса на современном этапе и перспективные пути их решения // Экономика и управление в машиностроении. 2008. № 2. С. 38–41.

2. Арсеньева Н. В., Путятин Л. М., Павлова Ю. В. Современные подходы к стратегическому управлению инновациями на предприятиях машиностроительной отрасли // Успехи современной науки. 2017. Т. 7. № 4. С. 218–221.
3. Барсова Т. Н., Орлова О. В., Путятин Л. М. Исследование основных аспектов инновационной политики предприятия в отечественной промышленности // Вестник университета (Государственный университет управления). 2017. № 1. С. 35–37.
4. Внучков Ю. А., Хмелевой В. В. Формирование продуктового портфеля предприятия на основе показателей рыночной эффективности изделий // Научные труды (Вестник МАТИ). 2013. № 21 (93). С. 283–290.
5. Внучков Ю. А., Шевченко М. И. Стратегия развития логистической системы корпорации // Научные труды (Вестник МАТИ). 2012. № 19 (91). С. 259–264.
6. Джамай Е. В., Демин С. С. Управление развитием отечественных наукоёмких отраслей на основе инновационной модернизации производства // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Экономика. 2012. № 4. С. 27–30.
7. Желтенков А. В., Моттаева А. Б., Жангуразов А. Р. Управление организационными изменениями на промышленных предприятиях: проблемы и концепции // Экономика и предпринимательство. 2017 № 2–2 (79). С. 968–972.
8. Полосков С. С., Желтенков А. В., Моттаева А. Б. Методические основы мониторинга инновационного потенциала высокотехнологичных наукоёмких предприятий // Экономика и предпринимательство. 2018. № 4 (93). С. 576–580.
9. Путятин Л. М., Джамай Е. В., Тарасова Н. В. Структура и содержание управленческого анализа на предприятиях в современных условиях // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Экономика. 2014. № 4. С. 136–139.

REFERENCES

1. Arsen'eva N. V. [The basic problems of machine-building enterprises at present and prospects for their solution]. In: *Ekonomika i upravlenie v mashinostroenii* [Economics and Management in Mechanical Engineering], 2008, no. 2, pp. 38–41.
2. Arsen'eva N. V., Putyatina L. M., Pavlova Yu. V. [Modern approaches to strategic management of innovations at machine-building enterprises]. In: *Uspekhi sovremennoi nauki* [Successes of Modern Science], 2017, vol. 7, no. 4, pp. 218–221.
3. Barsova T. N., Orlova O. V., Putyatina L. M. [A study of major aspects of innovative policy of an enterprise in the domestic industry]. In: *Vestnik universiteta (Gosudarstvennyi universitet upravleniya)* [University Bulletin (State University of Management)], 2017, no. 1, pp. 35–37.
4. Vnuchkov Yu. A., Khmelevoi V. V. [The formation of product portfolio of an enterprise based on the indicators of product market performance]. In: *Nauchnye trudy (Vestnik MATI)* [Scientific Works (Bulletin of MATI)], 2013, no. 21 (93), pp. 283–290.
5. Vnuchkov Yu. A., Shevchenko M. I. [A Strategy for logistic development of a corporation]. In: *Nauchnye trudy (Vestnik MATI)* [Scientific Works (Bulletin of MATI)], 2012, no. 19 (91), pp. 259–264.
6. Dzhamai E. V., Demin S. S. [Managing the development of domestic science-intensive industries on the basis of innovative modernization of production]. In: *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Seriya: Ekonomika* [Bulletin of Moscow Region State University. Series: Economics], 2012, no. 4, pp. 27–30.
7. Zheltenkov A. V., Mottaeva A. B., Zhanguرازov A. R. [The organizational change management at industrial enterprises: problems and concepts]. In: *Ekonomika i predprinimatel'stvo* [Economy and Entrepreneurship], 2017, no. 2–2 (79), pp. 968–972.

8. Poloskov S. S., Zheltenkov A. V., Mottaeva A. B. [Methodical principles of monitoring the innovative potential for high-tech knowledge-intensive enterprises]. In: *Ekonomika i predprinimatel'stvo* [Economy and Entrepreneurship], 2018, no. 4 (93), pp. 576–580.
9. Putyatina L. M., Dzhamai E. V., Tarasova N.V. . [The structure and content of management analysis at the enterprises in modern conditions]. In: *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Seriya: Ekonomika* [Bulletin of Moscow Region State University. Series: Economics], 2014, no. 4, pp. 136–139.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Пуятина Людмила Михайловна – доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры менеджмента и маркетинга высокотехнологичных отраслей промышленности Московского авиационного института (Национального исследовательского университета), почётный работник высшего профессионального образования;
e-mail: putyatinal@gmail.com

Тарасова Наталья Владимировна – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента и маркетинга высокотехнологичных отраслей промышленности Московского авиационного института (Национального исследовательского университета);
e-mail: tarasova_n@mail.ru

Барсова Татьяна Николаевна – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента и маркетинга высокотехнологичных отраслей промышленности Московского авиационного института (Национального исследовательского университета);
e-mail: barsovat@list.ru

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Ludmila M. Putyatina– Doctor of Economics, professor, the Honorary Higher Professional Educator, professor at the Department of Management and Marketing of High-Tech Industries, Moscow Aviation Institute (National Research University);
e-mail: putyatinal@gmail.com

Natalya V. Tarasova – PhD in Economics, associate professor at the Department of Management and Marketing of High-Tech Industries, Moscow Aviation Institute (National Research University);
e-mail: tarasova_n@mail.ru

Tatiana N. Barsova – PhD in Economics, associate professor at the Department of Management and Marketing of High-Tech Industries, Moscow Aviation Institute (National Research University);
e-mail: barsovat@list.ru

ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ

Путятина Л. М., Тарасова Н. В., Барсова Т. Н. Управление товарным ассортиментом в условиях комплексной модернизации машиностроительного производства // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Экономика. 2018. № 4. С. 98–105.

DOI: 10.18384/2310-6646-2018-4-98-105

FOR CITATION

Putyatina L.M., Tarasova N.V., Barsova T.N. Management of Product Range in Terms of Comprehensive Modernization of Engineering Production. In: *Bulletin of Moscow Region State University. Series: Economics*, 2018, no. 4, pp. 98–105.

DOI: 10.18384/2310-6646-2018-4-98-105