

Крайнюченко Ольга Феодосьевна, Безпалько Елена Викторовна, Белова Татьяна Геннадиевна
**ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ СБАЛАНСИРОВАННОГО ПОРТФЕЛЯ ТОВАРОВ
ПРЕДПРИЯТИЯ**

Статья посвящена вопросам изучения основных методов анализа товарного ассортимента, выработке подходов к решению проблемы интерпретации результатов исследования ассортиментного портфеля предприятия, полученных наиболее распространенными методами анализа, и разработке критериев для оценки степени сбалансированности товарного портфеля предприятия по его структуре.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/1/2014/2/23.html

Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.

Источник

Альманах современной науки и образования

Тамбов: Грамота, 2014. № 2 (81). С. 89-91. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/1.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/1/2014/2/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: almanac@gramota.net

УДК 339.18:338.3

Экономические науки

Статья посвящена вопросам изучения основных методов анализа товарного ассортимента, выработке подходов к решению проблемы интерпретации результатов исследования ассортиментного портфеля предприятия, полученных наиболее распространенными методами анализа, и разработке критериев для оценки степени сбалансированности товарного портфеля предприятия по его структуре.

Ключевые слова и фразы: товар; продукция; товарный портфель; методы анализа товарного портфеля; ассортимент продукции; сбалансированность портфеля товаров; критерии оценки степени сбалансированности ассортиментного портфеля.

Крайнюченко Ольга Феодосьевна, к.э.н., доцент

Безпалько Елена Викторовна, к.э.н., доцент

Белова Татьяна Геннадиевна, к.э.н., доцент

Национальный университет пищевых технологий, г. Киев, Украина

kraolf@ukr.net; bezpalkoo.v@mail.ru; tanya.luda@gmail.com

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ СБАЛАНСИРОВАННОГО ПОРТФЕЛЯ ТОВАРОВ ПРЕДПРИЯТИЯ[©]

Современное развитие экономических отношений на рыночных принципах нуждается в новых подходах к управлению экономикой, которая должна ориентироваться на запросы потребителей. Главным объектом внимания управленческой деятельности предприятия при этом был и остается товар (услуга) как основное средство удовлетворения нужд и запросов потребителей. Товар в условиях производства существует в качестве продукции определенного ассортимента и номенклатуры. В связи с этим особенную актуальность приобретает вопрос формирования оптимальной структуры ассортимента продукции с позиций ее сбалансированности и рациональности. Именно эта задача является ключевой при разработке портфеля товаров каждого промышленного предприятия.

Вопросам формирования товарного портфеля посвящены научные разработки многочисленных зарубежных и отечественных ученых, таких как Г. Ассэль, Б. Берман, Ф. Котлер, Х. Хершген, В. Я. Кардаш, А. А. Старостина, А. А. Длигач, А. Н. Романов, П. С. Завьялов, А. В. Зозулев, Е. В. Попов, Н. С. Кубышина. Однако большинство работ отечественных авторов часто лишены комплексности, носят чрезмерно локальный и разрозненный характер, ограничиваются адаптацией и модификацией различных зарубежных методик анализа ассортиментного портфеля предприятия. Исходя из этого, целью данной работы стала разработка комплексного подхода к анализу и интерпретации результатов оценивания структуры ассортимента продукции, полученных на основе применения наиболее распространенных методов исследования товарного портфеля промышленных предприятий.

В настоящее время существует достаточно много способов анализа товарного ассортимента (более 20-ти). Одними из наиболее распространенных и известных являются методы ABC- и XYZ-анализа, Дибба-Симкина, матрица БКГ (классическая, модифицированная, адаптированная) [4], а также рейтинговый анализ [3].

ABC-анализ является одним из универсальных и распространенных методов структурного анализа товарного ассортимента компании. Он основан на ранжировании объектов исследования по ряду выбранных показателей [1]. Этот метод позволяет классифицировать ресурсы фирмы в зависимости от их важности. Основная идея метода ABC-анализа базируется на основе принципа Парето: 20% всех товаров дают 80% прибыли. То есть, лучше концентрировать ресурсы на той малой части товаров, которая очень важна, чем на огромной части второстепенных. За счет этого метода определяется ABC-рейтинг всех товаров из группы, которая анализируется, и на его основе принимаются решения об изменении и развитии товарного портфеля. Результатом ABC-анализа товарного ассортимента является группировка объектов по степени их влияния на общий результат.

Матрица Бостонской консалтинговой группы (БКГ) представляет собой хорошо известный инструмент анализа, давно и эффективно используется в практической деятельности. Базовых параметров при составлении матрицы БКГ два – доля рынка относительно конкурентов и темпы роста самого рынка.

Одним из главных достоинств матрицы БКГ является ее простота. Она эффективна при выборе стратегических позиций и распределении ресурсов на ближайшую перспективу. Однако у этого метода есть и существенные недостатки. Часто бывает невозможно построить классическую матрицу БКГ по причине отсутствия необходимых данных и возникновения сложностей в определении доли рынка конкурентов и т.д.

Когда на практике из-за недостатка необходимых данных нельзя использовать классическую матрицу, на основании внутренней информации компании, строится адаптированная матрица [3] или ее другая разновидность – модифицированная матрица БКГ [2].

Разновидности матрицы БКГ – модифицированная и адаптированная – являются результативными и универсальными инструментами для анализа ассортимента продукции. За основу построения модифицированной матрицы БКГ взяты такие показатели как темп роста объемов продаж и рентабельность продукции. Адаптированная

матрица строится по соотношению двух показателей: темп роста объемов реализации продукции к предыдущему периоду и доля ассортиментной группы в общем объеме продаж предприятия. По результатам построения матриц ассортимент продукции разбивается на четыре группы (в зависимости от попадания конкретного товара в соответствующий квадрат): «Трудный ребенок», «Звезда», «Дойная корова», «Собака». Для каждой из групп существуют стратегии дальнейших действий, которые дают возможность определить направления последующего развития ассортиментной политики предприятия. Преимуществом этих матриц является возможность постоянного доступа к информации, которую можно непосредственно получить на предприятии.

Другим достаточно распространенным методом проведения анализа ассортимента является метод Дибба-Симкина. Он применяется для того, чтобы разделить товары на четыре группы (А, В₁, В₂ и С) с целью формирования направлений развития товарных групп и поиска путей оптимизации ассортимента. Критериями распределения выступают объем продаж в денежном выражении и финансовый вклад в покрытие затрат. При всей простоте и эффективности данному методу также присущи недостатки, в том числе сходные с некоторыми из недостатков ABC-анализа.

Рейтинговый анализ является достаточно новым методом, в основу которого положено сравнение величин рейтингов рентабельности продукции и удельного веса выпуска конкретного вида продукции в общем объеме производства. В результате данного анализа товарный ассортимент разбивается на 4 группы: «Основная», «Поддерживающая», «Промежуточная» и «Проблемная» [3].

Метод рейтингового анализа товарной номенклатуры позволяет формировать оптимальный и конкурентоспособный ассортимент продукции, определять как перспективные номенклатурные позиции для сосредоточения на них основных ресурсов и мероприятий, так и слабые позиции, которые следует усовершенствовать или вообще снять с производства.

С целью обеспечения проведения полноценного анализа товарного ассортимента такими методами как адаптированная и модифицированная матрицы БКГ, метод Дибба-Симкина и рейтинговый анализ, был разработан подход к интерпретации полученных результатов исследования ассортимента продукции. Суть предложенного метода заключается в том, что после распределения ассортимента по группам матрицы по показателю «объем продаж продукции» определяется структура товарного ассортимента, которая оценивается на предмет ее сбалансированности. Авторами были разработаны критерии сбалансированности структуры товарного ассортимента, к которым их привели разработки ученых А. А. Старостиной, А. А. Длигача и В. А. Кравченко [5].

Так, в результате многочисленных изысканий и апробаций было установлено, что товарный портфель является сбалансированным, если:

- ✓ доля ассортиментных линий из группы «Дойная корова» составляет не менее 45-50%;
- ✓ доля ассортиментных линий, входящих в группу «Звезда», занимает не менее 20-30%;
- ✓ доля ассортиментных линий из группы «Трудный ребенок» составляет не менее 15-20%;
- ✓ доля ассортиментных линий, составляющих группу «Собака», занимает не более 5%.

Иными словами, можно утверждать, что товарный ассортимент считается несбалансированным, если в его составе отсутствуют (либо их часть очень незначительна) ассортиментные линии из группы «Дойная корова», которые являются основным источником финансирования для предприятия, а также, если отсутствуют (или их доля мала) новые товары из группы «Трудный ребенок».

Применение на практике предложенного подхода на основе разработанных критериев будет способствовать формированию оптимального и прибыльного ассортимента предприятия, повысит его результативность и конкурентоспособность, позволит быстро адаптироваться к конъюнктуре рынка.

Таким образом, всем наиболее распространенным методам исследования товарного ассортимента присущи не только преимущества, но и недостатки. Поэтому для обеспечения максимальной эффективности анализа необходимо выбирать те из них, которые в наибольшей степени учитывают специфику конкретной компании. Для проведения полноценного анализа товарного ассортимента и номенклатуры продукции будет целесообразно сочетание нескольких универсальных методов (таких как адаптированная и модифицированная матрицы БКГ, метод Дибба-Симкина, ABC-анализ), которые можно адаптировать к ситуации на конкретном предприятии. Интерпретация результатов анализа портфеля товаров предприятия на основе матричных (адаптированная и модифицированная матрицы БКГ, метод Дибба-Симкина) и рейтинговых методов с помощью предложенных критериев позволит совершенствовать процесс формирования ассортиментной политики. Использование разработанного подхода будет способствовать повышению уровня обоснованности и эффективности управленческих решений относительно товарного ассортимента и товарной номенклатуры.

Список литературы

1. Беклемешева Е. В. Разработка стратегических решений в области формирования товарного ассортимента промышленного предприятия // Альманах современной науки и образования. Тамбов: Грамота, 2008. № 3 (10). С. 18-20.
2. Крайнюченко О. Ф., Белова Т. Г., Гаврилова Т. В. Практичні аспекти застосування матриці Бостонської консультативної групи // Наукові праці НУХТ. 2012. № 45. С. 150-154.
3. Крайнюченко О. Ф., Удод Е. В., Розумей С. Б. Методические основы формирования оптимальной товарной номенклатуры // Оралдын гылым жаршысы. Серия: Экономические науки. 2013. № 2 (50). С. 23-28.
4. Смольянина А. Методы анализа ассортиментного портфеля организации [Электронный ресурс]. URL: http://www.iteam.ru/publications/marketing/section_28/article_2963/ (дата обращения: 10.12.2013).
5. Старостіна А. О., Длігач А. О., Кравченко В. А. Промисловий маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підручник / ред. А. О. Старостіна. К.: Знання, 2005. 764 с.

THEORETICAL FOUNDATIONS OF ENTERPRISE BALANCED PRODUCT PORTFOLIO FORMATION

Krainyuchenko Ol'ga Feodos'evna, Ph. D. in Economics, Associate Professor
Bezpal'ko Elena Viktorovna, Ph. D. in Economics, Associate Professor
Belova Tat'yana Gennadiyevna, Ph. D. in Economics, Associate Professor
National University of Food Technologies, Kiev, Ukraine
kraolfe@ukr.net; bezpalkoo.v@mail.ru; tanya.luda@gmail.com

The article is devoted to the issues of studying the basic methods of product assortment analysis, working out approaches to solving the problem of the interpretation of the enterprise assortment portfolio research results obtained with the help of the most widespread analysis methods and the development of criteria for assessing the enterprise product portfolio balance degree according to its structure.

Key words and phrases: product; production; product portfolio; product portfolio analysis methods; production assortment; product portfolio balance; assortment portfolio balance degree assessment criteria.

УДК 101.8; 330.322

Философские науки

В статье рассмотрена взаимосвязь инновационной деятельности и риска. Дано определение риска с позиций социальной философии. Показана амбивалентность последствий инновационной деятельности. Основное внимание автор акцентирует на способах минимизации риска при внедрении новаций. Наиболее эффективным методом управления риском в инновационной деятельности является метод стратегического планирования.

Ключевые слова и фразы: инновация; инновационная деятельность; риск; общество риска; общественное развитие.

Кузьмина Жанна Юрьевна

Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского, Украина
lionard@ukr.net

**ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ: ИСТОЧНИК ПРОГРЕССА
ИЛИ РИСК НЕСТАБИЛЬНОСТИ ОБЩЕСТВА?©**

Человечество на протяжении всей своей истории стремится освободиться от тисков природы, получить средства автономного существования путем господства над природой, что порождает ожидания (часто утопические) достижения лучшей жизни. В современном обществе руссоистские идеи практически не имеют сторонников, а тезис о необходимости инноваций становится аксиомой.

Многие инновации подчас опережают время, а некоторые оказываются просто экономически невыгодными. Огромное количество технических и технологических новаций, их внедрение в производство и быт опережают как интеллектуальный, так и нравственный уровень массового сознания. Эпохальные инновации, которые должны были сделать жизнь более предсказуемой и подконтрольной человеку, перенасыщены социальными рисками и, иногда, приводят к противоположному результату.

Сегодня вопросам взаимодействия инновационной деятельности и риска уделяют значительное внимание как отечественные, так и зарубежные исследователи. Изучением данной проблематики занимались и занимаются такие ученые как Г. Бехманн [2], В. Егоркин [6], Л. Никитин [7], А. Пригожин [9] и другие. Вопросы, посвященные исследованию инноваций и риска в эпоху глобализации, представлены в работах У. Бека [1], Э. Гидденса [3], Э. Фромма [10].

Цель статьи – попытка осмыслить феномен инновационной деятельности как фактор развития общества и, одновременно, источник социальной нестабильности; раскрыть взаимосвязь и взаимозависимость инновационной деятельности и риска в процессе социального взаимодействия.

Риск является атрибутом научного аппарата многих наук, поэтому в определении риска выделяют различные аспекты (социальные, экономические, экологические, техногенные, биологические, военные и др.). Несмотря на огромное количество определений, до настоящего момента риск как категория не имеет единого определения в научном сообществе.

В словаре В. Даля риск определяется как «отвага, смелость, решительность, предприимчивость, действие на авось, наугад. Рисковое дело – отважное. Рискователь – рискующий... отважный человек» [5, с. 96].

Риск неотделим от категорий неопределенности и возможности. Если же результат (исход) предопределен на сто процентов, то определить это как риск нельзя.

Для Гидденса, риск – «это не то же самое, что опасность или угроза. Понятие риска связано с активным анализом опасности с точки зрения будущих последствий... Концепция риска предполагает наличие общества, пытающегося порвать с собственным прошлым» [3, с. 39].