

## **ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ ПРИ РАЗРАБОТКЕ ТОВАРНОЙ СТРАТЕГИИ**

**А. Н. Юдин**, магистрант кафедры менеджмента и торгового дела Саранского кооперативного института (филиала) автономной некоммерческой образовательной организации высшего образования Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации»

*Рассматриваются проблемы разработки товарной стратегии промышленного предприятия.*

**Ключевые слова:** товарная стратегия предприятия, разработка товарной стратегии.

Организация разработки товарной стратегии промышленного предприятия включает в себя два взаимосвязанных направления деятельности. Первое направлено на изучение рыночного спроса на ассортимент и номенклатуру продукции освоенной и выпускаемой предприятием, результатом которого является составление структурного плана производства. Структурный план производства разрабатывается на год и в нем поквартально расписывается, какую продукцию и в каком количестве собирается предприятие выпустить в планируемом году. Второе направление деятельности связано с разработкой и освоением новой техники и технологий, благодаря которым предприятие расширяет свой ассортимент и номенклатуру, а также улучшает различного рода характеристики своей продукции.

Главной задачей товарной стратегии АО «Рузхиммаш» на предстоящий плановый период (год) является определение видов продукции, которые предполагается изготовить, с указанием объемов по каждому из видов. Все это находит отражение в структурном плане производства. Разработкой данного документа занимается самостоятельное структурное подразделение предприятия – Отдел подготовки производства (ОПП). В своей деятельности отдел подготовки производства, по сути, объединяет функции отдела маркетинга и координатора производства. Так основными задачами данного

отдела являются: изучение рыночного спроса, поиск потребителей и заключение договоров на поставку продукции, разработка номенклатурных планов-графиков подготовки производства, руководство и контроль за ходом производства в цехах, отделах и службах предприятия.

В функции отдела подготовки производства входят:

- осуществление перспективного и календарного планирования всех видов производства;
- осуществление набора заказов и заключение договоров на поставку оборудования, подвижного состава и на ремонт вагонов;
- правильная загрузка мощностей предприятия и повышение специализации;
- планирование, организация и контроль за ходом подготовки производства (технической документации, материально-технического обеспечения, освоения новой техники);
- разработка структурных годовых планов, номенклатурных месячных планов-графиков подготовки производства для цехов предприятия;
- контроль за выполнением сроков поставки продукции потребителям;
- контроль за своевременным рассмотрением претензий и рекламаций потребителей;
- ведение переписки с заказчиками в пределах функций отдела.

Отдел подготовки производства состоит из трех взаимосвязанных бюро, которые координируют работу отдела по всем направлениям его деятельности. К ним относятся: бюро подготовки производства, бюро вагоностроения, бюро номенклатурного обеспечения.

Бюро подготовки производства выполняет следующие функции: текущее и перспективное планирование, работа с договорами на серийную и единичную продукцию, ведение переписки с заказчиками, контроль за своевременным рассмотрением претензий и рекламаций потребителей.

Бюро вагоностроения в своей деятельности руководствуется выполнением таких функций как: поиск заказчиков на изготовление подвижного состава и ремонт вагонов, заключение договоров на поставку продукции, текущее и перспективное планирование, освоение новых видов продукции.

Бюро номенклатурного обеспечения выполняет в большинстве своем маркетинговые функции, к которым относятся: формирование портфеля заказов, исследование рынка сбыта освоенной предприятием продукции, поиск новых видов продукции и внесение предложений по ее освоению, изучение мнения потребителей о качестве выпускаемой продукции и подготовка предложений о повышении ее конкурентоспособности, создание справочных и рекламных материалов о выпускаемой продукции, организация и участие в рекламных мероприятиях и выставках.

Итак, разработанный ОПП структурный план производства является руководящим документом для всех подразделений предприятия, осуществляющих техническую и технологическую подготовку производства, обеспечение материалами и комплектующими изделиями, а также определяющих численность персонала.

Для выполнения задачи по набору заказов на изготовление продукции в соответствии с объемами, намеченными в структурном плане производства, ОПП проводит изучение рыночного спроса, для чего командировывает работников на предприятия, являющихся потенциальными потребителями продукции, направляет коммерческие предложения, использует данные о потребности в продукции, публикуемых в печатных изданиях и других средствах информации, участвует в выставочных мероприятиях.

Важной задачей формирования товарной стратегии предприятия является разработка плана создания и освоения новой техники и технологий, с этой целью на АО «Рузхиммаш» используется процессный подход.

Целью создания новой техники и технологий является обеспечение и повышение качества продукции, процессов ее разработки и производства,

создание управляемых условий реализации установленных и предполагаемых требований потребителей, а также законодательных требований к выпускаемой продукции. В связи с этим создание продукции осуществляется на основе:

- выявленных требований, запросов и ожиданий потребителей;
- изменений рыночной и законодательной ситуации;
- выявленной необходимости создания новой или модернизированной продукции.

Разработка новой продукции осуществляется по договору между потребителями и АО «Рузхиммаш» или по инициативе предприятия.

Функции потребителя выполняет заказчик, с которым заключен контракт на разработку и поставку продукции.

При инициативной разработке основанием для выполнения опытно-конструкторской работы является утвержденное руководством предприятия технического задания, базирующееся на результатах исследования рынка продукции, а также патентных исследований.

Освоение новых видов продукции осуществляется в форме проекта с участием, при необходимости, проектных институтов и организаций. Для его реализации разрабатывается специальный план качества (проект, программа).

С целью выпуска продукции, соответствующей специфическим требованиям конкретных потребителей, разрабатывается документация на такую продукцию, производится доработка технологических процессов, методик контроля и испытаний оборудования.

Деятельность АО «Рузхиммаш» в рамках организации разработки товарной стратегии весьма специфична и не лишена недостатков. Так, работа предприятия, в рамках исследования рынка, которую осуществляет отдел подготовки производства, направлена на поиск потребителей уже освоенной и существующей на рынке продукции, с целью набора портфеля заказов на определенный период. При этом работа, в рамках которой должны проводиться комплексные исследования по поиску новых видов продукции и внесение предложений по их освоению, ведется на заводе недостаточно. Не достаточно

анализируется деятельность конкурентов в разработке новых видов продукции, не рассчитывается емкость рынка. Предприятие не привлекает инженерно-конструкторские кадры к совместной с отделом подготовки производства работе в рамках поиска новых видов продукции. План-проект, разрабатываемый инженерно-конструкторскими службами предприятия, носит сугубо технический характер, при этом в нем полностью отсутствуют разделы, которые бы касались развития и продвижения товаров.

На наш взгляд, данные выводы отражают необходимость совершенствования процесса формирования товарной стратегии ОАО «Рузхиммаш» на основе системного подхода.