

Маргарита Мишкова,  
магистр экономических наук

# Ассортимент и структура продукции: пути оптимизации

«Финансовый директор» оценивает то влияние, которое оказывает изменение ассортимента и структуры продукции на эффективность работы компании.

## Коэффициент как зеркало

О деловой активности предприятия свидетельствует в том числе рост **коэффициента обновления ассортимента**, который рассчитывается делением объема выпуска новых изделий на общий объем выпуска продукции.

Для характеристики интенсивности структурных преобразований можно использовать **коэффициент структурной активности** ( $K_{\text{стр. акт.}}$ ), который определяется по формуле:

$$K_{\text{стр. акт.}} = \sum_{i=1}^n \sqrt{\Delta Y d_i^2},$$

где  $\Delta Y d_i^2$  — изменение удельного веса  $i$ -го изделия в общем объеме выпуска продукции за анализируемый период;

$n$  — количество видов продукции.

Чем активнее ведутся структурные преобразования на предприятии, чем быстрее администрация предприятия реагирует на изменения

конъюнктуры рынка, своевременно обновляя ассортимент продукции, тем выше уровень данного коэффициента.

Изменение структуры производимой продукции влияет **на все экономические показатели**: объем выпуска в стоимостном выражении, материалоемкость, себестоимость продукции, прибыль и рентабельность.

Если увеличивается удельный вес более дорогой продукции, то объем ее выпуска в стоимостном выражении растет, и наоборот. То же самое происходит с размером прибыли при увеличении или уменьшении удельного веса высокорентабельной продукции.

## Польза рангового анализа

Важнейшая задача ассортиментной политики предприятия — **формирование экономически рациональной структуры продукции**.

Для оценки рациональности структуры ассортимента можно использовать метод **рангового анализа**. Он позволит установить связь между удельным весом каждого изделия в общем объеме выпуска и его выгодностью (рентабельностью) для производства.

Проведем оценку рациональности структуры ассортимента, используя метод рангового анализа. В качестве примера возьмем предприятие, выпускающее трикотажные изделия для взрослых и детей (см. табл. 1).

ТАБЛИЦА 1

## Текущая структура ассортимента продукции

№	Изделие, шт.	Цена изделия, тыс. руб.	Объем реализации за год, шт.	Выручка от реализации, млн руб.	Рентабельность изделия, %	Удельный вес изделия в общем объеме реализации, %
1	Костюм спортивный подростковый	302,4	2 916	881,8	18,2	19,5
2	Костюм спортивный мужской	394,3	1 804	711,3	16,4	12,1
3	Костюм детский утепленный	215,7	2 608	562,5	20,1	18,4
4	Костюм детский с жилеткой	196,8	2 412	474,7	18,9	20,6
5	Юбка женская	284,3	4 210	1196,9	19,6	16,1
6	Блуза спортивная женская	200,4	3 015	604,2	12,8	20,3
	<b>Итого</b>			<b>4 431,4</b>		<b>100</b>

Учитывая данные о текущей структуре ассортимента продукции, присвоим ранг изделию по уровню рентабельности и удельному весу в общем объеме реализации. Изделию с наивысшей рентабельностью и наибольшим удельным весом в общем объеме реализации присваивается самый высокий ранг, соответствующий единице (см. табл. 2).

ТАБЛИЦА 2

## Ранговый анализ текущей структуры ассортимента продукции

№	Изделие, шт.	Ранг изделия по рентабельности	Ранг изделия по удельному весу в общем объеме реализации	Разница между рангами (3 – 2)
1	Костюм спортивный подростковый	4	3	-1
2	Костюм спортивный мужской	5	6	1
3	Костюм детский утепленный	1	4	+3
4	Костюм детский с жилеткой	3	1	-2
5	Юбка женская	2	5	-3
6	Блуза спортивная женская	6	2	-4

Небольшая разница рангов свидетельствует об экономически рациональной структуре ассортимента, а большая разница рангов — о том, что структура ассортимента продукции экономически нерациональна.

Графа 4 табл. 2 отражает экономически неэффективную текущую структуру ассортимента продукции предприятия.

Для каждого из 6 изделий существует **свой набор решений** по совершенствованию структуры ассортимента.

Так, продукты, которые попали в сегмент «Низкий удельный вес в объеме реализации —

низкий уровень рентабельности» (в нашем примере — п. 2 «Костюм спортивный мужской» в табл. 2), при сокращении спроса следует снимать с производства, а при росте спроса — снижать себестоимость и (или) увеличивать цену реализации.

Если изделие попадает в сегмент «Низкий удельный вес в объеме реализации — средний уровень рентабельности» (в нашем примере — п. 5 «Юбка женская» в табл. 2), то при падении спроса следует сокращать объемы выпуска, а при его росте — увеличивать объемы выпуска, цену реализации и т.д.

Для того чтобы сделать структуру ассортимента экономически рациональной, решения по его изменению должны приниматься с учетом динамики спроса, конкурентоспособности, возможности снижения себестоимости продукции и изменения цены реализации.

Типовые решения по изменению структуры ассортимента представлены в табл. 3.

ТАБЛИЦА 3

## Типовые решения

Характеристика разницы между рангами	Характеристика уровня рентабельности	Характеристика удельного веса в общем объеме реализации	Характеристика спроса	Типовые решения
Положительная, существенная	Высокий	Низкий	Растет	Увеличить объемы выпуска, увеличить цену реализации
Положительная, существенная	Высокий	Низкий	Падает	Модификация продукции
Отрицательная, существенная	Низкий	Высокий	Растет	Снизить себестоимость или заменить модель
Отрицательная, существенная	Низкий	Высокий	Падает	Уменьшить объемы выпуска

После изменения структуры ассортимента продукции следует оценить изменение стоимости производимой продукции и прибыли, которые должны увеличиться.

Для расчета влияния структурного фактора на объем производства продукции в стоимостном выражении сначала рассчитывается изменение среднего уровня цены единицы продукции за счет структуры:

$$\Delta Z_{\text{стр.}} = \sum (Yd_{i_1} - Yd_{i_0}) Z_{i_0} / 100,$$

где  $\Delta Z_{\text{стр.}}$  — изменение среднего уровня цены единицы продукции за счет структуры;

$Z_{i_0}$  — цена единицы продукции;

$Yd_{i_1}$  — удельный вес  $i$ -го изделия в общем объеме выпуска продукции за анализируемый период;

$Yd_{i_0}$  — удельный вес  $i$ -го изделия в общем объеме выпуска продукции за анализируемый период;

$n$  — количество видов продукции.

Затем полученный результат умножается на общий объем производства продукции отчетного периода в натуральном выражении:

$$\Delta V_{\text{стр.}} = \Delta Z_{\text{стр.}} \times V_{\text{общ.}}$$

где  $\Delta V_{\text{стр.}}$  — изменение общего объема производства продукции отчетного периода в натуральном выражении;

$\Delta Z_{\text{стр.}}$  — изменение среднего уровня цены единицы продукции за счет структуры;

$V_{\text{общ.}}$  — общий объем производства продукции отчетного периода в натуральном выражении.

Аналогичным образом определяется влияние изменения структуры ассортимента продукции на общую сумму затрат, прибыль и рентабельность. Это позволит точнее оценить изменения в структуре продукции и будет способствовать повышению эффективности работы предприятия в новых экономических условиях. **ФД**

Самые посещаемые  
разделы сайта  
**www.profmedia.by**

↳ форум;  
↳ журналы;  
↳ книги;

↳ правовые системы/ЮСИАС;  
↳ online-магазин;  
↳ скачать.