

产品分类经营 提高经济效益

陈 慧 珍

在对外贸易工作中如何讲求经济效益,提高企业素质,更好地为社会主义“四化”建设服务,是一个十分重要的课题。商品是对外贸易的物质基础,要提高企业的经济效益,就必须提高商品经营的效益。过去,我们在商品经营上由于贪多求全,进销不对路,导致国外索赔,库存积压,浪费损失严重,经济效益不高。因此,要搞好商品经营,就必须对商品进行调查,综合分析,总结经验。找出提高经济效益的有效途径。近几年来,有些单位的实践证明,对商品进行整顿分类,择优经营,就是这种切实有效的途径之一。

(一)任何商品都有各自的特点,国际市场情况又是瞬息万变的,因此,要搞好商品的整顿分类,择优经营,一定要根据不同商品的特点和国际市场需求变化,采取不同的做法,切忌一刀切。以机电商品为例,按上述要求大致可分为下列六类,择优经营。

1. 热销商品

即在市场上好销,亏损低,经济上合算的商品。对这类商品可采取“以产定销”。在安排货源计划时,适当地多贮备一些库存,销存比例大致可为1比1,以满足扩大出口的需要。

2. 平销商品

即在市场上尚好销,亏损一般,经济效益尚可的商品。对这类商品应采取“产销结合”。根据销售情况定出一定的销存比例,一般可定为1比0.80,并严格按计划收购,如市场情况有好转时,则搞计划外收购。

3. 滞销商品

即市场呆滞,亏损偏高,经济上不大合算的商品。对此类商品必须采取“以销定产”。根据国外市场需要,控制收购计划,销存比例一般掌握在1比0.5。如市场情况有变化时,再适当调整要货计划。同时,应与工业部门研究适当转产适销品种。

4. 淘汰商品

即在市场上不好销,亏损较高,经济上不合算的商品。对这类商品宜采取“订止收购”。原则上不安排这类商品的收购计划和生产任务,对库存货抓紧对外推销,或作内销处理,售完不再经营。待质量提高,规格、式样改进,国外市场需要变化,或工业成本降低,亏损减少,经济上较为有利的情况下再研究经营。

5. 起伏商品

即市场变化起伏较大，亏损较低，经济效益较高的商品。对这类商品采取“适当收购”。在定计划时充分分析市场的变化规律，贮备适当的库存，并根据国际市场情况的变化，积极更新库存，把不适销的库存货及时组织出口或转内销处理。

6. 来样、来图、定牌及特殊规格等商品

经过算帐，亏损尚可，经济效益较好，又有发展前途的，可采取“先销后产”。根据销售对象的具体情况（一看客户资信和经营能力，二看产品有无发展前途，三看亏损大小和经济效益如何），在有一定保证的条件下，慎重地衡量、安排生产计划。但必须注意，在考虑这类产品上马时，要同时考虑能否扩展市场，避免今后因单一市场的变化而造成生产下马。特别是对内外销不结合的产品尤要慎重考虑，不能盲目经营。

（二）对商品进行整顿分类，择优经营，在经济效益等方面可获得以下明显的收益。

1. 收购计划与出口销售能紧密衔接，基本上做到进销对路，防止库存积压

上海××公司由于较好地采用了上述经营措施，一九八三年年末库存比一九八二年下降了14%。

2. 可促使工业部门努力进行技术改造，提高原有产品质量，改进花式型号，试制新产品，使产品能符合国外市场的要求

近几年来，国外来样、来图产品逐步增多，这对改进提高我生产技术是有帮助的。例如，××工厂虽从未制造过千斤顶，但由于接受了来图、来样的生产任务，通过三年多来的努力，现在不仅已熟练地掌握了生产该商品的技术，产品质量日益提高，成本不断下降，使该厂获得一定的利润，而且使出口数量从一九八一年的14,000台提高到一九八三年的100,000台，翻了三番；销售市场也从原来只有一个法国而扩大到美国、英国、芬兰、加拿大、缅甸等国家。现在，该产品在国际市场上已获得良好的信誉。

3. 有利于改变我们经营力量分散的状况，以便集中力量经营好主要商品，并争取逐步发展成为名牌商品

例如，××公司经营的工具共有130个品种，经过整顿后，集中力量主要经营占经营额60%的25个品种，这样既可避免精力分散，也可使工厂集中力量进行规划，密切配合，保证进一步把这些主要商品搞好。现在，象牌活络板手、金兔牌刨铁、三山牌锯条、沪工牌钳子，飞机牌砂布等均已成为名牌商品，在国际市场上获得好评。

4. 减少了管理费用的支出

经过对商品进行整顿分类，择优经营后，由于压缩了不合理的库存，不仅节约大量利息，还减少了仓租费用的支出。

5. 降低了换汇成本

在对商品进行整顿分类，择优经营时，不仅考虑了商品在国外市场的销适性，而且还考虑了商品的经济性，对换汇成本低的多推销，换汇成本中档的少推销，对换汇成本高的不推销甚至淘汰，这样就控制了换汇成本的上升，并且做到逐步下降。

6. 有助于经营水平的提高

如前所述,要搞好商品整顿分类,择优经营,就必须不断进行调查研究,始终掌握产品和市场的变化状况,及时采取相应的措施。为此,所有外销、货源、计划、行情、财会等有关人员都必须不断地努力提高业务能力,从而有利于提高企业素质,养培各类业务人员。

(三)对商品进行整顿分类,择优经营,不仅其工作量大,而且牵涉面广,较为复杂。因此,既要有“敢”字当头的闯劲,又要有科学的求实精神,具体说来,要特别注意以下三点:

1. 必须冲破习惯势力的束缚

商品的整顿不仅是对商品结构进行改革,而且还牵涉到一系列经营做法,因此,必须首先解决思想态度上是积极创新还是抱残守缺这一关键问题。所以只有真正懂得讲求经济效益的必要性和重大意义,同传统的习惯势力决裂才能把商品整顿好。

2. 根据具体情况,及时调整商品类别

对一个具体商品来说,应归属哪一类并不是固定不变的,往往有一个实践——认识——再实践——再认识的过程,而且难免会发生某些偏差,从而需要不断修正。因此,务必坚持努力,慎重对待,才能逐步使商品经营结构更趋合理。

3. 加强协作配合

不仅要切实搞好企业内部各部门之间的相互协作配合,更要搞好工贸之间的密切配合,相互及时沟通情况,交换意见,统一认识,统一对外。

(上接第54页)

此外,还有一个语言差别问题。直译显然是不够的,为了收到效果,解释必须抓住语言中惯用语的差别。在美国所讲的英语与在英国的英语,有些字句是含意不同的。例如,电梯、电影、餐巾,在美国分别为elevator, movies, napkin,而在英国分别为Lift, cinema, serviette。广告用语还必须

切合消费者的习惯和心理,突出商品的特点,以字数少、含意深、押韵易诵为最佳。

随着商品生产的发展,国际性商品交换的日益增多,国际性广告业的重要性还要继续增大。因此,根据调查情况,决定使用那一种广告媒介,用什么样的广告内容,研究如何宣传才能适合当地的情况,以达到预期的效果是非常值得探讨的。