

## **АССОРТИМЕНТНАЯ ПОЛИТИКА ПРЕДПРИЯТИЯ И ЕЁ ВЛИЯНИЕ НА ПРИБЫЛЬ**

Студентка гр. 113628 Монченко М. С.

Ст. преподаватель Минько М. В.

Белорусский национальный технический университет

В современных условиях конкуренции рынок определяет необходимый ему ассортимент, поэтому задачей предприятия является удовлетворить спрос лучше и эффективнее, чем конкуренты.

Формирование оптимального ассортимента, способствующего оптимизации прибыли, сохранению желаемой прибыли на длительный период времени, очень актуально для предприятий, стремящихся быть конкурентоспособными.

В составе товарной и реализованной продукции могут быть изделия с низким уровнем рентабельности либо невостребованные изделия. При неоптимальной структуре ассортимента происходит снижение как потенциального, так и реального уровня прибыли, потеря конкурентных позиций на перспективных потребительских и товарных рынках и, как следствие этого, наблюдается снижение экономической устойчивости предприятия. Чтобы избежать последствий, необходимо изучать факторы, воздействующие на спрос данных видов продукции, с целью поиска путей недопущения или минимизации потерь.

Основная цель ассортиментной политики предприятия – ориентация на выпуск товаров, которые по своей структуре, потребительским свойствам и качеству наиболее полно соответствуют потребностям покупателей.

Решая вопрос, производство каких товаров ассортимента надо наращивать, а каких – сокращать (либо прекращать), следует учитывать следующее: чем больше маржинальная прибыль, тем больше объем и благоприятнее динамика прибыли; производство/продажа товара всегда связаны с какими-либо ограничивающими факторами, которые зависят от специфики бизнеса и свойств внешней среды. К таким факторам относят: объем производственных мощностей предприятия, емкость рынка сбыта, возможности использования трудовых ресурсов, доступность сырья и материалов, степень напряженности конкурентной борьбы, величину рекламного бюджета и пр.

Формирование и реализация ассортиментной политики необходимы для достижения безубыточности деятельности фирмы, управления объемом прибыли для оптимизации налогообложения и прогнозирования собственных вложений в развитие бизнеса.