

ЛИТЕРАТУРА

1. Беларусь в цифрах. Официальная статистика / [Электронный ресурс].– Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/>– Дата доступа: 11.12.2019.
2. Малое и среднее предпринимательство в Республике Беларусь. Статистический сборник / [Электронный ресурс].– Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/>– Дата доступа: 28.12.2019.
3. Инвестиции и строительство в Республике Беларусь. Статистический сборник / [Электронный ресурс].– Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/>– Дата доступа: 11.12.2019.
4. Статистический ежегодник Евразийского экономического союза / Евразийская экономическая комиссия. – Москва: 2019. – 438 с.
5. Евразийский экономический союз в цифрах: краткий статистический сборник / Евразийская экономическая комиссия. – Москва: 2020. – 213 с.

УДК 338.24

ФОРМИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОЙ АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ

аспирант Д. Д. Клев, ФММП БНТУ г. Минск, Республика Беларусь

Резюме – конкурентоспособность любого предприятия напрямую зависит от того, насколько эффективно функционирует сформированная ассортиментная политика. Формирование конкурентоспособной ассортиментной политики является ключевым направлением деятельности предприятия. Эффективное формирование ассортиментной политики является актуальным, поскольку ассортимент является результатом деятельности предприятия, источником прибыли, базой функционирования и развития.

Ключевые слова: ассортиментная политика, товарная стратегия, инновация, ассортимент.

Введение. Эффективность деятельности предприятия на рынке и его конкурентоспособность зависят от масштаба деятельности этого предприятия и эффективности использования его ресурсов, а также от ассортимента выпускаемой и реализуемой продукции. Каждое предприятие имеет возможность выбрать необходимую для себя стратегию по улучшению своих экономических показателей. Эта стратегия может в себя включать планирование, разработку и формирование ассортиментной политики. Уровень эффективности предприятия зависит от выбора эффективной ассортиментной политики. Предприятия формируют конкурентоспособный ассортимент и вносят изменения в его структуру в зависимости от меняющихся вкусов и предпочтений потребителей.

Основная часть. Ассортиментная политика – это разработка оптимизированного ассортимента предприятия с учетом потребностей и пожеланий покупателей. Она предусматривает комплекс мер, специально направленных на стратегическое формирование и поддержку оптимального ассортимента товаров с учетом постоянных маркетинговых исследований. Основной задачей этого являются максимальное удовлетворение клиентов и завоевание расположения новых потребителей, а также улучшение финансовых результатов.

Целью конкурентоспособной ассортиментной политики любого предприятия является его направленность на те товары, которые по своей структуре и разнообразию соответствуют пожеланиям потребителя. Ассортиментная политика включает разработку мер по управлению ассортиментом предприятия [1, с. 127].

Торговые и производственные предприятия решают сложные задачи, фактически связанные с управлением ассортиментом. Эти задачи касаются непосредственно увеличения или сокращения товарной номенклатуры предприятия. Решение таких задач должно основываться на комплексе маркетинговых, финансовых и на стратегических подходах. Оптимизация ассортимента с учетом поставленных стратегических рыночных целей предприятия является окончательной целью необходимых мероприятий. Важными выводами в управлении ассортиментом являются: снятие с производства нерентабельного вида продукции, выявление необходимости проведения исследований для разработки инновационной продукции и внесения соответствующих изменений и корректировок в уже существующие продукты производства, обеспечение финансирования предприятий для реализации всех утвержденных программ и новых планов.

Сегодня важность планирования в управлении ассортиментом продукции очень высока. Эффективно спланированный ассортимент собственно является гарантией успешной деятельности предприятия. Планирование ассортимента обычно связано со стандартизацией и дифференциацией продуктов. Стандартизация обеспечивает снижение затрат на производство, распространение, продажи и обслуживание, тем самым интегрируя компоненты комплекса маркетинга и ускоряя окупаемость инвестиций [2, с.168].

Напротив, дифференциация товаров способствует более широкому использованию рыночных возможностей и заполнению неконкурентных или менее конкурентных ниш продуктов. Стандартная и дифференцированная продукция предприятия могут сочетаться между собой в зависимости от конкретных поставленных правил производства предприятия и оцениваться в соответствии с предполагаемым объемом продаж и степенью его эффективности.

Опыт показывает, что наилучшие результаты достигают предприятия, стратегия которых состоит из компромисса между стандартизацией и дифференциацией продукции [3, с. 86].

Также очень важным методом управления ассортиментом считается непосредственно элиминирование с производства недостаточно эффективной продукции. Такая продукция наносит материальный убыток

предприятию, соответственно, наличие этой продукции в ассортименте предприятия считается неэффективным и неконкурентоспособным. Наличие этих товаров в ассортименте предприятия должным образом основывается на общей информации исходя их показателей реализации продукции на рынках. Эффективное управление ассортиментом и его мониторинг заключается в оптимальном сочетании реальных и потенциальных возможностей предприятия. Поэтому у каждого предприятия есть возможность производить такой продукт, который может удовлетворить желания потребителей на высшем уровне, а также получить желаемую прибыль.

Формирование ассортимента продукции ориентировано на максимальное удовлетворение потребительского спроса и создание необходимых условий для прибыльной деятельности любого предприятия [4, с.327].

Выбор, планирование и контролирование товарного ассортимента основывается на принципах:

1. согласованность структуры потребительского спроса в сфере деятельности любого предприятия;
2. удовлетворение потребностей клиентов в определенном сегменте покупательского рынка;
3. создание необходимых условий для получения желаемой прибыли;
4. создание необходимой широты, глубины и стабильности товарного ассортимента.

Формирование конкурентоспособного ассортимента оказывает существенное влияние на размер прибыли, полученной предприятием от сбытовой деятельности, размер затрат, а также определяет потребность предприятия в оборотных средствах и другие его экономические и финансовые показатели [5, с.23].

Заключение. Формирование конкурентоспособной ассортиментной политики предприятия играет существенную роль при планировании многих видов деятельности. Таким образом, обеспечение нужного уровня обслуживания клиентов и роста основных экономических показателей деятельности предприятия напрямую зависит от формирования конкурентоспособного товарного ассортимента.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гордеев Д. К. Управление ассортиментом в современных экономических условиях // РИСК: ресурсы, информация, снабжение, конкуренция, 2015. – 198 с.
2. Комарова С. Л. Оценка конкурентоспособности товара – определяющий фактор формирования ассортимента // Вестник Белорусско-Российского университета, 2017 – 175 с.
3. Новикова Н. Г. Логистический подход к управлению торговым ассортиментом и конкурентная стратегия розничной торговой организации // Известия Иркутской государственной экономической академии (Байкальский государственный университет экономики и права), 2017. – 297 с.
4. Прокопчук А. А. Современные подходы к формированию оптимальной структуры товарного ассортимента торговой организации // Этап: экономическая теория, анализ, практика, 2016 – 397 с.
5. Слащев Е. В. Оценка эффективности управления товарным ассортиментом предприятия как часть системы стратегического управления // Вестник Астраханского государственного технического университета, 2017 – 98 с.

УДК 338.23

ИННОВАЦИОННОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО И ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА: НЕКОТОРЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ РАЗМЫШЛЕНИЯ

канд. экон. наук, доцент А.В. Ковалёв, БНТУ, г. Минск

Резюме – в статье анализируется взаимосвязь между интенсивностью развития инновационного предпринимательства и реализуемой экономической политикой. Стабильная предсказуемая политика создает условия для развития через снижение уровня неопределенности мира, в котором функционируют хозяйственные субъекты. Направлениями воздействия политики являются стимулирование сбережений, поддержание низких темпов инфляции и процентных ставок, создание благоприятных условий ведения бизнеса в целом и венчурного в частности.

Ключевые слова: инновации, предпринимательство, экономическая политика.

Введение. Ориентация Беларуси на инновационное развитие в условиях провозглашенной в мире четвертой промышленной революции не вызывает сомнения. Разрабатываются и реализовываются Программы инновационного развития на предприятиях, в отраслях и на уровне экономики в целом; провозглашается курс на цифровую трансформацию экономики, в первую очередь промышленности; создан достаточно конкурентоспособный IT-сектор. Однако все эти действия оставляют вне поля рассмотрения общие условия функционирования бизнеса, воздействие проводимой макроэкономической политики на инновационное предпринимательство в широком смысле. Цель настоящей статьи – проанализировать существующие проблемы и обозначить возможные действия для эффективного решения поставленных задач.

Основная часть. Под инновационной деятельностью в Республике Беларусь понимается «комплекс научных, технологических, организационных, финансовых и коммерческих мероприятий, направленный на коммерциализацию накопленных знаний, технологий и оборудования», результатом чего являются новые товары/услуги или товары/услуги с новыми качествами [2]. Коммерциализация инновационного продукта, в свою очередь, *однозначно* требует превращения его в рыночный товар с целью извлечения прибыли. Конечно, сводить всю инновационную деятельность к производству товаров, которые считаются инновационными в соответствии с перечнем, утвержденным и ежегодно корректируемым Постановлением Совета Министров, не