

нарушителям финансовой дисциплины, но и для выработки рекомендаций по устранению имеющихся недостатков в деятельности подконтрольного объекта.

Таким образом, сущностная характеристика (независимости оценок и суждений), которая выгодно отличает данную форму финансового контроля от других форм, позволяет сформировать функции, принадлежащие только аудиту, и понять его практическую значимость и ценность как объекта изучения и постоянного совершенствования.

Е.А. Хартман

БФ БГУ (Бобруйск)

ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В условиях конкурентного рынка одной из основных задач ассортиментной политики является производство товаров, обеспечивающих максимальное удовлетворение потребностей целевых групп покупателей и желаемый объем реализации для предприятия. В краткосрочном периоде производство товаров может ухудшить экономические показатели предприятия, увеличить издержки и не позволить полностью реализовать ресурсы производимой продукции. Однако именно способность адаптировать последнюю под требования целевого рынка отличает предприятие, ориентированное на маркетинг, от предприятия, применяющего сбытовую ориентацию, не позволяющую обеспечить в перспективе рыночные преимущества ни предприятию, ни его продукции. Оптимальный ассортимент является результатом творческого поиска специалистов предприятия. Он определяет способность производимой продукции удовлетворить актуальную потребность и сформировать необходимый круг целевых покупателей.

В условиях конкуренции и высокой степени неопределенности рыночной конъюнктуры для маркетинга предприятия задачей первостепенной важности является повышение успеха производимой продукции на целевом рынке. Концепция современного маркетинга исходит из того, что, прежде чем приступить к производству товара, следует оценить области его возможного применения, круг потенциальных потребителей, их количество и финансовые возможности. При этом специалистам предприятия необходимо анализировать существующие ресурсы производства и сбыта продукции, необходимые технологические и маркетинговые изменения, затраты, возможные риски, связанные с конкуренцией на рынке с другими производителями товаров-аналогов. Необходимо также изучить возможности производства товара с использованием имеющихся на предприятии технологий, традиционного сырья и каналов сбыта. Это позволит рационально использовать ресурсы предприятия и

производить продукт, унифицированный для целевых сегментов рынка, а также значительно экономить средства за счет объемов производства, упрощения контроля над запасами сырья и материалов, а также организации послепродажного и технического обслуживания.

Успешность ассортиментной политики предприятия на целевом рынке определяется качественно новым подходом, основанным на принципе интегральности, который заключается в объединении большого количества взаимосвязанных компонентов (НИОКР, разработка, дизайн, упаковка + комплекс маркетинга по продукту), одновременно включенных в единый технологический цикл (бизнес-процесс), обеспечивающий создание продукта, выполняющего определенную потребительскую функцию.

Термин "интегральность" отражает факт объединения отдельных компонентов и технологий производства единицы продукции в конструктивно единый процесс, а также факт усложнения или совершенствования выполняемых этим продуктом функций по сравнению с функциями, которые выполнял ранее производимый продукт. Данный подход к разработке товарной политики можно определить как "интегрально-модульный".

Так как в основе развития ассортиментной политики лежит постоянное усложнение и совершенствование функций, выполняемых производимой продукцией, то на определенных этапах развития производства становится невозможным решение новых задач старыми средствами. Поэтому основными факторами, определяющими смену элементов интегрального модуля при производстве новых видов продукции, являются: функциональное назначение, надежность, габариты, масса, стоимость, мощность и энергопотребление, а также ряд других специфичных для каждой отрасли промышленности факторов.

Для внедрения интегрального подхода в товарной политике предприятия необходимо использовать определенный способ изготовления продукции и соответствующую технологию. Например, при изготовлении корпусной мебели можно использовать стендовый метод и планарную технологию, при которой технологический процесс организован так, что все детали и составляющие их элементы соединяются в интегральном модуле через плоскость.

Преимущества интегрального подхода в ассортиментной политике заключаются в том, что в таком виде она выполняет законченную функцию по повышению эффективности работы предприятия. Повышение функциональной сложности продукции не сопровождается ухудшением какой-либо из основных потребительских характеристик. При переходе от дискретных схем технологического процесса к интегральным модулям повышается общая эффективность товарной политики предприятия. При этом степень интеграции процессов будет определять общий результат.