

ванным. В роли экспертов могут выступать люди со специальной подготовкой, потенциальные потребители, а также изготовители продукции.

Таким образом, в условиях неопределенности принятия маркетинговых решений согласованные экспертные оценки могут способствовать снижению уровня неопределенности и приближению исследуемых показателей к более достоверным.

## НЕОБХОДИМОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ ТОВАРНЫМ АССОРТИМЕНТОМ

*Стешенко А., Бобруйский филиал БГЭУ*

Ассортимент – это совокупность товаров, их видов и разновидностей, объединенных по наиболее общему признаку. Он делится на торговый и производственный.

**Торговый** включает групповой и внутригрупповой ассортименты. Групповой ассортимент – это перечень ассортиментных групп, включенных в номенклатуру производимой продукции, представляющий собой детализацию группового ассортимента по конкретным видам и разновидностям изделий.

**Производственный** ассортимент включает номенклатуру товаров, выпускаемых промышленными и сельскохозяйственными предприятиями различных форм собственности. Как правило, предприятия, производящие продукцию для потребительского рынка, специализируются на достаточно узком ассортименте, что позволяет им обеспечить внедрение в производство новых технологий и совершенствовать ассортимент выпускаемой продукции, а также улучшать ее качество.

Производственный и торговый ассортименты характеризуются широтой и глубиной, при этом широта определяется количеством товарных групп и наименований, а глубина – количеством выпускаемых разновидностей ассортиментных единиц.

Важное значение для товаропроизводителей имеет правильное формирование ассортимента производимой продукции, которое представляет собой процесс подбора групп, видов и разновидностей ассор-

тных позиций в соответствии с запросами потребителей для максимально полного и комплексного их удовлетворения. Основными факторами, влияющими на формирование ассортимента, являются потребительский спрос и цена. Формирование ассортимента должно быть направлено на максимальное удовлетворение потребностей населения и на активное воздействие на спрос в сторону его расширения. Поэтому существенные изменения в спросе должны сопровождаться изменениями в формировании ассортимента, при этом наиболее существенным фактором является цена, так как покупатель обязательно определяет предельную цену или диапазон цен, в пределах которого он собирается платить за покупку. Поэтому одним из критериев рационального построения ассортимента на предприятии является обеспечение правильного сочетания товаров с различной стоимостью. Поскольку потребности населения отражают достигнутый обществом уровень экономического и культурного развития, то они стимулируют развитие производства, которое способствует расширению ассортимента и увеличению товарной массы на рынке, вызывая к жизни новые и новые потребности.

Для успешного развития производства требуется постоянная работа по созданию новых товаров с более высокими потребительскими характеристиками. Это связано не только с развитием и изменением потребностей населения, но также и задачей максимального использования производственных мощностей. Чтобы обеспечить эффективную предпринимательскую деятельность, предприятие должно постоянно развивать товарный ассортимент. Необходимость этого обусловлена такими факторами, как изменение спроса на отдельные товары; появление новых или усовершенствование производимых продуктов, а также изменение в товарном ассортименте конкурентов. Поэтому основной задачей руководства предприятия является приведение в соответствие объемов и структуры производства с объемами и структурой потребления, что достигается благодаря управлению товарным ассортиментом. Управлять товарным ассортиментом, значит, постоянно предлагать рынку такой ассортимент товаров, который удовлетворял бы покупателей с точки зрения его широты, глубины, насыщенности и гармоничности, проводя с этой целью анализ, оценку и контроль выпускаемой предприятием продукции на соответствие запросам потребителей.