

Для каждой отдельно взятой отрасли (укрупненного товарного рынка) следует рассматривать два агрегированных товара – товар внутреннего производства и импортируемый товар. Их следует рассматривать как разные товары, хотя и обладающие свойством заменимости. Это соответствует действительному положению вещей, поскольку на настоящий момент товары белорусских производителей весьма существенно отличаются от импортных аналогов по потребительским свойствам и уровню качества. В результате, рассматриваемый товарный рынок распадается на два взаимосвязанных, но самостоятельных сегмента. Для каждого из этих сегментов существует своя кривая спроса, но при этом обе кривые генерируются на основе одной и той же функции полезности.

*Кутепова О. И.
БГЭУ (Минск)*

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Существуют объективные причины невозможности или экономической нецелесообразности создания полного ассортимента продукции предприятиями-изготовителями: расширение ассортимента продукции приводит к падению производительности труда; появляется проблема организации транспортировки нестандартной, существенно различающейся по габаритам продукции; усложняется процесс затаривания и хранения широкого ассортимента товаров; резко возрастает объём работ по изучению запросов различных сегментов рынка, а также учетных, плановых и других управленческих работ.

Чёткому планированию ассортимента способствует наличие хорошо продуманной схемы (порядка) планирования: анализ фактически выпускаемого ассортимента продукции; анализ изменений во внутренней и внешней среде предприятия, вызывающих необходимость пересмотра ассортимента продукции предприятия; анализ предложений потребителей по совершенствованию продукции; анализ предложений конструкторской службы предприятия по изменению ассортимента; разработка предварительного плана ассортимента продукции на будущий период; анализ финансовых и производственных возможностей пересмотра ассортимента выпускаемой продукции; принятие решений о запуске в производство новой продукции, о производстве модернизированных изделий, об исключении из производственной программы устаревших изделий; определение плановых объёмов производства традиционной продукции, новой и модернизированной; разработка мероприятий по продвижению на рынок новых и модернизированных изделий.
