

лизацию мер социальной и экологической политики при размещении госзаказов, ежегодно расходуется свыше 2 трлн евро [1]. В настоящее время система госзакупок ЕС рассматривается как одна из наиболее эффективных систем в отношении реализации основополагающих принципов важнейших международных регуляторов госзакупок: Соглашения Всемирной торговой организации по государственным закупкам (СГЗ ВТО) и Типового закона Комиссии ООН по праву международной торговли «О закупках товаров (работ) и услуг» (Типовой закон ЮНСИТРАЛ).

Несмотря на различные модели экономического развития и соотношение государственного и частного секторов в странах — участницах ЕС, рынок госзакупок регулируется единым механизмом, который был разработан при участии государств-членов с учетом СГЗ ВТО и Типового закона ЮНСИТРАЛ.

Механизм регулирования госзакупок в ЕС по существу является трехуровневым, т.е. в зависимости от объемов государственных заказов и некоторых других условий следует учитывать международное законодательство, нормативную правовую базу ЕС и национальные правовые акты. Собственно европейская система закупок для государственных нужд регламентируется пакетом специальных Директив Европейского Парламента и Совета ЕС, принятых в феврале 2014 года: Директивой 2014/24/ЕС «О государственных закупках и об отмене Директивы 2004/18/ЕС» и Директивой 2014/25/ЕС «О закупках организаций, осуществляющих деятельность в сферах водоснабжения, энергетики, транспорта и почтовой связи, и об отмене Директивы 2004/17/ЕС Европейского Парламента и Совета ЕС».

Таким образом, выбор форм и методов госзакупок в государствах — членах ЕС осуществляется органами государственного управления согласно национальному законодательству с учетом указанных Директив ЕС. Конкретные нормы национального законодательства, основанные на базовых принципах, могут различаться, но их понимание должно быть одинаковым, а организационные механизмы — обеспечивать устойчивое, надежное и безопасное взаимодействие участников госзакупок различных стран.

Источник

1. Страны ЕС планируют госзакупки на 2 трлн евро [Электронный ресурс] // TORG94 — главное об электронных закупках. — Режим доступа: <https://torg94.ru/articles/strany-es-planiruyut-goszakupki-na-2-trln-evro-2017-10-09/>.

*А. Н. Зоткина
С. В. Сильченкова
БГЭУ (Минск)*

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ АССОРТИМЕНТА ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Решения, принимаемые производителями и продавцами товаров по формированию товарного ассортимента, оказывают огромное влияние не только на их товарную политику, но и на результаты всей коммерческой деятельности компаний, поскольку предлагаемые ими товары определяют выбор покупателями производителя или продавца, а также поведение потребителей в целом.

Формирование ассортимента — это деятельность, направленная на подбор групп, видов и разновидностей товаров соответственно спросу потребителей с целью наиболее полного его удовлетворения [1].

Ассортимент торговой организации формируется в три этапа.

На первом этапе устанавливается укрупненный ассортимент товаров, т.е. определяется ассортиментный профиль магазинов. Эта работа проводится с учетом действующих принципов размещения розничной торговой сети и на основании маркетинговых исследований в области целевого рынка. В результате определяются место и роль магазина в общей системе торгового обслуживания города, района и т.д.

Второй этап предусматривает установление количественного соотношения отдельных групп товаров в магазине, т.е. рассчитывается структура укрупненного ассортимента.

На третьем этапе определяется развернутый ассортимент, т.е. осуществляется подбор конкретных разновидностей товаров каждой группы по различным признакам. При этом в каждом магазине должно быть обеспечено соответствие предлагаемого ассортимента товаров спросу населения.

Общими факторами, влияющими на формирование промышленного и торгового ассортимента, являются спрос и рентабельность [2, с. 111].

Спрос как потребность, подкрепленная платежеспособностью потребителей, — определяющий фактор формирования ассортимента. В свою очередь спрос зависит от сегмента потребителей (их доходов, национальных, демографических и других особенностей).

Рентабельность производства и реализации определяется себестоимостью, издержками производства и обращения, на размеры которых оказывают определенное влияние государственные меры по поддержке отечественных изготовителей (льготное налогообложение, таможенные тарифы и др.).

Специфические факторы формирования торгового ассортимента — производственные возможности изготовителей, специализация торговой организации, каналы распределения, методы стимулирования сбыта и формирования спроса, материально-техническая база торговой организации, сегмент потребителей [2, с. 111].

Регулирование перечисленных выше факторов составляет суть управления формированием торгового ассортимента. Правильно сформированный ассортимент торговой организации является условием успешной реализации товаров.

Источники

1. Формирование ассортимента товаров на торговых предприятиях [Электронный ресурс] // TORGOVLYA.info — все о торговле. — Режим доступа: <http://torgovlya.info/torgovye-kompanii/formirovanie-assortimenta.html>.

2. *Николаева, М. А.* Теоретические основы товароведения: учебник для вузов / М. А. Николаева. — М. : Норм, 2014. — 448 с.

*А. В. Кармызов, аспирант
А. М. Мытник
О. Б. Пароля
БГЭУ (Минск)*

КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ СПОСОБЫ ОЦЕНКИ РОЛИ ИМПОРТНЫХ ПОСТАВОК В УДОВЛЕТВОРЕНИИ ПОТРЕБНОСТЕЙ НАСЕЛЕНИЯ СТРАНЫ

Роль импорта как драйвера экономического развития и ингибитора деловой активности подвергается перманентным переосмыслениям. Вместе с тем любое заслуживающее