

**А. М. Пономарева**  
БГЭУ (Минск)

*Научный руководитель — С. Л. Флерко, канд. экон. наук, доцент*

## **АССОРТИМЕНТНАЯ ПОЛИТИКА И ЕЕ РОЛЬ В КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ**

Одним из самых важных инструментов и составляющих в борьбе с конкурентами является ассортиментная политика. В условиях рыночной экономики ассортиментная политика — это важная часть общей стратегии организации торговли.

В настоящее время современный рынок товаров отличается относительно высокой насыщенностью, товарного дефицита практически нет. Бюрократическая система распределения товаров полностью заменена отношениями свободной купли-продажи. Динамика объемов и структуры реализации товаров и услуг постепенно приобретает все более устойчивый характер.

Ассортиментная политика — это сфера деятельности руководителя и специалистов организации торговли, представляющая собой совокупность принципов, стратегий и методик, с помощью которых возможно создание оптимальной структуры ассортимента, отвечающей потребностям покупателей и позволяющей повысить эффективность деятельности организации в целом.

Формирование ассортимента в организации торговли охватывает обширную сферу деятельности, начиная от стратегического планирования на всех стадиях развития организации и заканчивая тонкостями выкладки товара на витрине. В эту работу вовлекаются многие службы организации торговли. При формировании ассортиментной политики организации торговли приходится не только оптимизировать величину полноты и устойчивости ассортимента, но и осуществлять ценовую политику, определять рентабельные и прибыльные номенклатурные группы товаров, искать выгодные рынки сбыта для них.

Хорошо продуманная ассортиментная политика организации торговли является своего рода гарантом не только построения оптимальной ассортиментной модели организации торговли, но и сохранения конкурентных позиций на рынке, влияет на формирование имиджа организации торговли.

Ассортиментная политика разрабатывается на перспективу (3–5 лет), и в своей основе в течение определенного времени, как правило, остается неизменной, но при возникновении серьезных изменений на рынке стратегия может меняться. В соответствии с выбранной стратегией принимаются тактические решения.

Разработка и осуществление ассортиментной политики требует соблюдения следующих условий: четкое представление о коммерче-

ской стратегии организации торговли на розничном рынке; хорошие знания розничного рынка и характера требований покупателей; ясное представление о своих возможностях и ресурсах в настоящее время и в перспективе.

Таким образом, рассмотрение проблем развития ассортимента и удовлетворение спроса различных категорий покупателей на основе анализа их предпочтений и изменений рыночной ситуации составляют сущность современной ассортиментной политики организации торговли [1–3].

### **Источники**

1. *Елагин, Ю. А.* Технология и коммерческая деятельность. Ч. 1 Розничная торговля : учеб. пособие / Ю. А. Елагин, Г. И. Николаева. — Екатеринбург : Урал. гос. экон. ун-т, 2015. — 244 с.

2. *Зотов, В. В.* Ассортиментная политика фирмы : учеб. пособие / В. В. Зотов. — М. : Эксмо, 2016. — 244 с.

3. *Койкова, Т. Л.* Экономическое содержание понятия «ассортиментная политика» / Т. Л. Койкова // Концепт. — 2016. — № 9. — С. 1–6.

**М. А. Прудников**  
БГЭУ (Минск)

*Научный руководитель — И. М. Микулч, канд. экон. наук, доцент*

## **РОЛЬ ГОСУДАРСТВА В ФОРМИРОВАНИИ КОНКУРЕНТНЫХ ОТНОШЕНИЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

Антимонопольное регулирование — это целенаправленная деятельность государственных органов управления, противодействующая неограниченной власти монополий, нездоровому и недобросовестному соперничеству и направленная на создание и поддержание конкуренции.

Как отмечал Людвиг Эрхард: «Государство должно вмешиваться в жизнь рынка только в той степени, в которой это требуется для поддержания работы механизма конкуренции или для контроля тех рынков, на которых условия вполне свободной конкуренции не осуществимы» [1].

Антимонопольное регулирование имеет собственную организацию, которая формируется государством ради воспроизводства отношений конкуренции в экономической системе. Способ достижения целей этой организации есть механизм антимонопольного регулирования. Для достижения конкретной антимонопольной цели государство отдает предпочтение тому механизму регулирования, который позволяет ему эффективно исполнить функцию защиты конкуренции.