

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ФОРМИРОВАНИЯ АССОРТИМЕНТА ТОВАРОВ НАРОДНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ

Шкурченко Н.Г., Солодуха А.С.
Научный руководитель – Вовк Н.В., к.э.н., доцент
Могилевский государственный университет продовольствия
г. Могилев, Республика Беларусь.

В современных экономических условиях качество является единственной возможностью добиться успеха в мире высокой конкуренции.

Для Беларуси Год качества – это повышение жизни граждан и безопасность населения, экономическое благополучие и конкурентоспособность белорусской продукции на международном рынке, которая обеспечена соответствующими международными и европейскими требованиями.

Исследования показали, что ситуация на потребительском рынке остается стабильной и характеризовалась достаточной степенью насыщенности широким ассортиментом продовольственных и непродовольственных товаров отечественного производства, а также сохраняется тенденция роста их продажи.

Удельный вес продажи товаров, вырабатываемых промышленностью республики, в общем объеме товарооборота розничной торговой сети составил 79,1%, в том числе по продовольственным товарам – 86,7%, непродовольственным – 68,3%. Торговые организации Республики Беларусь увеличили объем продажи масла растительного (129,9% к соответствующему периоду 2008 года), макаронных изделий (128,2), крупы (118,8), мяса и мясопродукты (101,3), сахара (104), синтетических моющих средств (138,1), бельевых трикотажных изделий (118,9) и других видов товаров.

В исследуемом регионе Могилевской области спрос покупателей практически полностью удовлетворяется за счет продукции белорусских производителей, к примеру яйцо – 100%, масло животное – 100%, сахара – 99,9%, вино-водочные изделия – 99,9%, мясо птицы – 99,1%, сыр – 98,5%, минеральная вода – 99,2%, ликероводочные изделия – 98%, мясные консервы – 97,7%, маргарин – 96,7%, безалкогольные напитки – 95,7%, мука – 94,7%, кондитерские изделия – 90,0%.

В тоже время промышленность республики еще не полностью удовлетворяет потребность населения в отечественных спортивных товарах, строительных материалах, высококачественной обуви, музыкальных, электронных товаров, а также отдельных групп продовольственных товаров.

Существенно уступает импортным аналогам по дизайну, упаковке, цветному оформлению, конструктивному решению.

Однако формирование ассортимента не может быть абстрагировано от конкретной организации и должно базироваться на заранее выбранных целях и задачах, требованиям потребителей к товарам, упаковке, методам продажи, сервировке, услугам;

– выбор наиболее эффективного метода формирования ассортимента с учетом современных принципов;

– выявление источников товарных ресурсов, необходимых для формирования рационального ассортимента, учитывая социальные, экологические, демографические факторы.

Главное направление в формировании необходимого ассортимента – это наращивание производства в республике высококачественных современных и перспективных видов продукции, постоянная модернизация и обновление выпускаемого ассортимента в соответствии с мировыми тенденциями, а также установление конкурентоспособной цены и развитую службу маркетинга и рекламы.