**ТОВАРНАЯ ПОЛИТИКА КАК ОСНОВА ЭФФЕКТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ КОНКУРЕНЦИИ**

***Катышева К.В.***

*студент*

*Хакасский технический институт – филиал СФУ, Абакан, Россия*

*E-mail: katysheva99@inbox.ru*

**Актуальность темы** заключается в том, что современный этап развития экономики России характеризуется нестабильностью внешней и внутренней среды функционирования экономических субъектов. Положение предприятий осложняется жесткой конкуренцией, в том числе и со стороны импортных производителей. Значимыми факторами, влияющими на изменение эффективности предприятий, являются выбор товарного ассортимента, установление цен на товары и, конечно, спрос. Процессы формирования товарной и ценовой политики, предполагают их использование на обычных коммерческих предприятиях, преследующих основную цель – максимизацию прибыли. [1].

В последнее время продажи стали одним из ключевых критериев успешной деятельности фирмы. В современных условиях выигрывают те организации, которые обладают наиболее эффективной товарной политикой и взаимодействия с клиентами. Товарная политика всегда являлась и является основой любого бизнеса. Именно в этой области деятельности компания получает свою итоговую оценку. Экономическая важность заключается в том, что умелое управление ассортиментом товаров позволит предприятию выжить в условиях жесткой конкуренции и стать преуспевающим.   
С социальной стороны управление ассортиментом воспитывает у потребителей вкусы, формирует потребности, и наоборот, вкусы и потребности потребителей оказывают большое влияние на товарную политику. [2].

Ассортиментная политика приобретает особую значимость в нынешних условиях, когда к товару со стороны потребителя предъявляются повышенные требования по ассортименту и качеству, и от эффективности работы предприятия с производимым товаром зависят его экономические показатели. Как свидетельствует мировой опыт, лидерство в конкурентной борьбе получает тот, кто наиболее компетентен в ассортиментной политике, владеет методами ее реализации и максимально эффективно управляет ею. Потребитель предъявляет все новые, более изысканные требования к товарам. Покупатели хотят, чтобы купленные ими товары были более практичными, красивыми, долговечными. А производители вынуждены удовлетворять постоянно возрастающие запросы своих клиентов. Вот почему коррекция ассортимента очень важна сегодня.

Успешная деятельность торгового предприятия, реализующего зависит от правильной разработки и планирования ассортимента, с учетом определяемых факторов формирования ассортиментной политики. Различные аспекты формирования ассортиментной политики рассматривались в трудах отечественных (Алескеров Ф.Н., Голубков Е.П., Завьялов П.С., Попов Е.В., Романов А.Н., Тренев В., Ширалев Ш.А. и многих других) и зарубежных (Армстронг Р., Вонг И., Дихтль Е., Кокс К.Т., Котлер Ф., Сондерс С., Твилдиани Ю.К., Хершген Х., Эванс Дж. и многих других) ученых, работы которых внесли большой вклад в исследование проблем управления товарным ассортиментом предприятия. Однако ряд проблем в этой области до настоящего времени исследованы недостаточно. Так, не выработан единый общепринятый взгляд на содержание понятия «ассортиментная политика», недостаточно разработаны вопросы количественной и качественной оценки формирования ассортимента, практически отсутствуют работы по оценке влияния ассортимента на прибыль предприятия. [3].

Для апробации теоретических исследований было выбрано ЗАО АСМУ «Стальконструкция», на основании которого разработаны мероприятия по совершенствованию ассортимента продукции. ЗАО АСМУ «Стальконструкция» – строительно-монтажное Управление, специализирующееся на возведении промышленных сооружений из металлоконструкций. Управление своими силами осуществляет весь комплекс работ: проектирование, изготовление и монтаж металлоконструкций. Основной вид деятельности: работы по монтажу стальных строительных конструкций. Анализ финансовых результатов ЗАО АСМУ «Стальконструкция» показал, что выручка от продаж в 2021 году по сравнению с 2020 годом увеличилась на 233860 тыс. руб. Увеличение выручки от реализации обусловлено увеличением объемов реализации за анализируемый период. С увеличением выручки повысилась и себестоимость продаж за аналогичный период на 240116 тыс. руб. Это говорит о том, что увеличение себестоимости, происходящее за счет увеличения объема производства, влияет на увеличение выручки продаж предприятия. Чистая прибыль уменьшилась на 685 тыс. руб. В 2021 году по сравнению с 20120 годом. Уменьшение чистой прибыли говорит о том, что компания неуспешна, а схема реализации продукции работает некорректно, управление построено не совсем грамотно.

На основе разработанной системы показателей дана характеристика ассортимента продукции ЗАО АСМУ «Стальконструкция». В ассортименте предприятия наблюдается неравномерность структуры – абсолютными лидерами являются трубы стальные круглого сечения горячей формовки. Из-за небольшого количества наименований, ассортимент кажется скудным, и это вина предприятия, из-за нехватки места и неликвидных продуктов все место на складе хранения занято, ведь в одном наименовании продукта, могут быть более 20 вариаций его размера. Также наблюдается проблема структуры ассортимента текущим рыночным тенденциям и запросам потребителей. Предприятие просто не может охватить весь рынок.

Проведя анализ основных показателей ассортимента на предприятии ЗАО АСМУ «Стальконструкция» можно сказать, что ассортимент данного предприятия недостаточно широкий и не способен удовлетворять потребности большого количества покупателей. Таким образом, нами сформированы мероприятия по диверсификации производства и их влияние на эффективность предпринимательской деятельности ЗАО АСМУ «Стальконструкция». С целью расширения границ деятельности предприятия, завоевания новых рынков, получения конкурентных преимуществ, динамичного роста прибыли в долгосрочной перспективе и инвестирования капитала, было принято решение о диверсификации производства – внедрении новой услуги – монтажа грузовых мачтовых подъемников. Итак, реализация предложенных мероприятий будет способствовать повышению эффективности управления ассортиментом продукции и обеспечит устойчивое развитие предприятия.

**Литература**

1. Басовский Л.Е. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебное пособие / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская. – М.: Инфра-М, 2018. – 544 c.
2. Васильева, Л.С. Анализ хозяйственной деятельности: Учебник / Л.С. Васильева, М.В. Петровская. – М.: КноРус, 2018. – 248 c.
3. Голубева Т.М. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: Учебное пособие / Т.М. Голубева. – М.: Академия, 2017. – 320 c.