

Приоритетное развитие должны получить также производства новых конкурентоспособных материалов и изделий – большеформатной фанеры, столярно-строительных изделий высокого уровня заводской готовности, обоев, высокохудожественных наборов элитной мебели с фасадными элементами из массива древесины, а также качественной мебели массового спроса.

Реализация этих направлений позволит не только сбалансировать производственную структуру лесопромышленного комплекса с учетом размерно-качественных характеристик лесосырьевого потенциала страны и вовлечения в переработку ежегодно более 1 млн.м³ неиспользуемой мелкотоварной древесины, но и создать сырьевую базу отечественной картонно-бумажной индустрии, расширить номенклатуру продукции, повысить ее качество и конкурентоспособность, увеличить экспортный потенциал отрасли.

Следовательно, основными направлениями в части рационального использования лесных ресурсов являются:

- ✓ наращивание объемов производства топливной щепы, древесных пеллет и брикетов;
- ✓ использование порубочных остатков в биоэнергетике, что содействует безотходности технологии производства;
- ✓ реконструкция малоценных лесных насаждений;
- ✓ техническое переоснащение лесохозяйственного и лесозаготовительного производств и др.

Таким образом, концептуальные основы рационального и неистощительного использования лесных ресурсов заключаются в идее экономически обоснованного и технологически эффективного использования последних. Поэтому их реализация охватывает сферу лесопроизводства и лесной промышленности, экологическую и социальную сферы.

Литература

1. Лесной кодекс Республики Беларусь: 24 дек. 2015 г. № 332-З: принят Палатой представителей 3 дек. 2015 г.: одобр. Советом Респ. 9 дек. 2015 г. – Минск: Академия МВД, 2016. – 99 с.
2. Пунцукова, С.Д. Методы экономической оценки лесной экосистемы региона [Электронный ресурс] / С.Д. Пунцукова // Проблемы современной экономики. – 2014. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/metody-ekonomicheskoy-otsenki-lesnoy-ekosistemy-regiona>. – Дата доступа: 03.04.2019.

УДК 65.01

Пащенко О.П., к.э.н., доцент

Государственный университет «Житомирская политехника»,
г. Житомир, Украина

МЕСТО АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ В СИСТЕМЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

В условиях рыночной экономики для того, чтобы обеспечить конкурентоспособность предприятия нужно создавать новые товары (услуги) или модифицировать старые, то есть изменять их свойства и характеристики. Все это явля-

48

ется сущностью ассортиментной политики, способствующей повышению уровня конкурентоспособности товаров предприятия.

Практически каждое предприятие заинтересовано в увеличении доли продукции, работ и услуг на рынке. А этого невозможно достичь без разработки эффективной ассортиментной политики на долгосрочный период, без определения целесообразности создания нового товара.

Обобщая проведенные исследования, предлагаем под товарным ассортиментом понимать набор товаров, объединенных между собой соответствующими потребительскими, сбытовыми, производственными и другим признаками, обеспечивающими прибыльность предприятия на долгосрочный период.

С целью совершенствования ассортиментной политики торгово-производственных объединений, нами разработана модель стратегического управления ассортиментной политикой предприятия.

В процессе стратегического управления ассортиментом принципиальными решениями для предприятия считаются:

- снятие с производства нерентабельных видов продукции, ее отдельных моделей, типоразмеров;
- определение необходимости исследований и разработок для создания новой продукции и модифицирования той, что уже делается;
- утверждение планов и программ разработки новых или улучшения имеющихся продуктов;
- предоставление финансовых ресурсов для реализации утвержденных программ и планов.

Формирование ассортиментной концепции предприятия заключается в предварительной разработке ассортиментных стратегий, как элемент комплексной системы маркетинга имеет определенные особенности.

Поэтому для использования всех преимуществ от сложившегося стратегического набора необходимо корректировать и пересматривать его составляющие при изменении факторов влияния внутренней и внешней среды, в которой функционирует предприятие.

Основное назначение стратегического набора – достижение стратегических целей. Для достижения стратегических целей вся организация должна действовать стратегически, разрабатывая стратегии разного типа.

В зависимости от степени осознанности целей, задач и необходимых результатов деятельности предприятия, а также знаний о специфике функционирования объекта управления выделяют несколько методов установления стратегий к стратегическому набору.

Итак, сущность стратегического управления ассортиментной политикой предприятия заключается в создании продуктов, которые потребитель желает приобрести, с целью предложения этих товаров в необходимых объемах и своевременно.

Следует подчеркнуть, что главная цель сложившегося стратегического набора заключается в обеспечении развития стратегического потенциала для предприятия, с одной стороны, и преобразования его в стратегические факторы успеха – с другой. Поэтому после завершения реализации предложенных стратегий, мы можем определить, какие цели были достигнуты и установить, какая

составляющая стратегического потенциала была больше раскрыта, а какая требует развития (таблица 1).

Таблица 1 – Развитие стратегического потенциала предприятия

Составляющие потенциала	Цели	Показатели
1	2	3
Финансы	Получение прибыли от новых видов продукции	Прибыль от новых видов продукции, рентабельность продукции
	Минимизация расходов в сырьевом аспекте, усовершенствование упаковки	
	Повышение рентабельности продукции	
Клиенты	Расширение рынка сбыта, увеличение объёмов продаж, повышение имиджа, повышение уровня удовлетворенности потребителей, увеличение объёмов продаж новых видов продукции, привлечение постоянных клиентов, демонстрация товаров	Индекс удовлетворенности клиентов; уровень осведомленности клиентов о продукте; удельная стоимость рекламации; доля постоянных клиентов; доля рынка
	Привлечение сегмента с низкой покупательной способностью	
Бизнес-процессы	Внедрение инноваций	Доля брака в разрезе новых номенклатурных позиций; объем отходов; время обработки выполнения заказов покупателя; доля отходов; доля брака
	Минимизация отходов	
	Улучшение качества продукции	
Персонал	Повышение производительности труда	Производительность труда; процент запланированных рационализаторских решений; процент выполнения плановых мероприятий
	Повышение квалификации сотрудников	

При формировании стратегического набора, следует помнить, что не может быть двух идентичных стратегических наборов, которыми руководствуются предприятия, даже если они принадлежат к одной и той же отрасли. Это объясняется условиями функционирования каждого из предприятий:

- особенностями адаптации внутренней среды требованиям внешнего окружения;

- степенью активности влияния руководства на формирование среды функционирования организации.

Поэтому для использования всех преимуществ от сложившегося стратегического набора необходимо корректировать и пересматривать его составляющие при изменении факторов влияния внутренней и внешней среды, в которой функционирует предприятие.

Основное назначение стратегического набора – достижение стратегических целей. Для достижения стратегических целей вся организация должна действовать стратегически, разрабатывая стратегии разного типа.

В зависимости от степени осознанности целей, задач и необходимых результатов деятельности предприятия, а также знаний о специфике функциони-

рования объекта управления используют несколько методов установления стратегий в стратегическом наборе.

Таким образом, обоснованным считается тот стратегический набор, что является правильным для данного предприятия и которого можно достичь с помощью имеющегося потенциала, определенных усилий по его трансформации для обеспечения конкурентоспособного уровня в долгосрочной перспективе.

Литература

1. Кіндрацька, Г. І. Стратегічний менеджмент: навч. посіб. / Г.І. Кіндрацька. – К.: Знання, 2010. – 406 с.
2. Саєнко М. Г. Стратегія підприємства: підручник / М. Г. Саєнко. – Тернопіль: «Економічна думка», 2006. – 390 с.
3. Сіренко, С.О. Перспективний товарний асортимент як основа ефективної маркетингової політики торговельного підприємства / С.О. Сіренко, А. В. Дідик.– Режим доступу: <http://intkonf.org>.
4. Семенов, Г. А. Стратегія розвитку підприємства в сучасних умовах на прикладі КП «НБК «Іскра» (м. Запоріжжя) // Семенов Г. А., Богдан Ю. М. // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2009. – № 2. – 187 с.
5. Цогла, О. О. Становлення диверсифікаційних процесів у діяльності підприємств / О. О. Цогла // Актуальні проблеми економіки. – 2011 – №7 – 151 с.

УДК 332.146.2

Прудникова В.А., аспірант

Академії управління при Президенті Республіки Беларусь,
г. Минск, Республіка Беларусь

СВОБОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ЗОНЫ КАК ИНСТРУМЕНТ СТИМУЛИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ РЕГИОНА НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Современный этап развития мировой экономики в целом и международной торговли в частности характеризуется усилением процессов интеграции, либерализации и повышением степени открытости национальных экономик. В этих условиях свободные экономические зоны играют важную роль как в развитых, так и в развивающихся странах. Именно благодаря этому феномену международные экономические отношения многих стран мира получили новый импульс к развитию.

Различные типы свободных экономических зон называют «островками» мирового хозяйства, «окнами» для притока в многочисленные регионы и страны зарубежных инвестиций, технологий, управленческих навыков. Наконец, в свободных экономических зонах многие экономисты видят прототип политики «открытых дверей» в мировую систему хозяйствования.

Как показывает мировой опыт, свободные экономические зоны обладают значительным потенциалом для успешного решения различных социальных и экономических задач, стоящих перед каждым государством. Во многих странах мира свободные экономические зоны используются в качестве весьма эффективного и действенного инструмента региональной политики.