

ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ТОВАРНОГО АСОРТИМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Дарвішева М.В.

Науковий керівник – доц. , к.е.н. Сметанюк О. А.

В умовах ринкової економіки підприємства мають право самостійно обирати економічну стратегію, тобто формувати свою асортиментну політику. Вибір ефективної асортиментної політики є важливою проблемою, від рішення якої залежить рівень ефективності як самих підприємств, так і забезпечення економічної безпеки країни в цілому. На сучасному етапі існує низький рівень відділів маркетингу, що погано відбивається на роботі самого підприємства.

Формування товарного асортименту - це поєднання конкретних товарів і їх окремих ліній, улаштування співвідношень між "новими" і "старими" товарами, наукомісткими і звичайними, матеріальними товарами або ліцензіями і ноу-хау.

При формуванні товарного асортименту необхідно враховувати вимоги споживачів окремих сегментів ринку, а також необхідно забезпечувати найбільш ефективне використання матеріальних, технологічних, фінансових ресурсів, для того щоб виробляти продукцію з найменшими затратами.

Одна із найскладніших проблем управління асортиментом полягає у визначенні, що повинно входити до складу товарного асортименту та з яких товарів чи модифікацій повинен він складатися.

До потенційних економічних характеристик, які слід включити по кожному виду продукції в базовий товарний асортимент, належать ціни на одиницю продукції, потенційні обсяги виробництва продукції в натуральному та грошовому вираженні, трудомісткість продукції, собівартість продукції та її елементи, витрати на маркетингові заходи щодо просування продукції на ринку, прибуток від реалізації продукції, рентабельність продукції по затратах на виробництво, рентабельність капітальних вкладень, протяжність освоєння та виводу на ринок продукції, чисельність працівників.

Важливим моментом планування асортименту є проблема зняття з виробництва окремих виробів (чи цілих серій товару) та включення нових виробів у товарний асортимент фірми.

Проведення ефективної товарної політики фірми пов'язане з двома великими проблемами. По-перше, фірма повинна раціонально організувати роботу в рамках наявної номенклатури товарів з урахуванням стадій життєвого циклу; по-друге - завчасно розроблювати нові товари для заміни товарів що підлягають зняттю з виробництва і виводу з ринку. Таким чином, фірмі необхідно мати і постійно удосконалювати товарну стратегію, що дасть їй можливість забезпечити стійку структуру асортименту, постійний збут і стабільний прибуток.