

УПРАВЛІННЯ АСОРТИМЕНТОМ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

На сьогоднішній день торгівля є перспективною, інвестиційно привабливою та ефективною ланкою економіки України. Адже її розвиток завжди був об'єктивним показником добробуту населення. Щороку сфера торгівлі підвищує обсяги товарообороту, використовуючи під час роботи новітні технології, задовольняє потреби населення у якісних товарах і послугах.

Управління торговим асортиментом – діяльність відповідних служб торговельного підприємства з моніторингу, аналізу управлінських рішень в області маркетингу, збуту й виробництва з метою адаптації асортименту до потреб споживачів.

Основними проблемами у сфері управління асортиментом є наступні:

– потреби споживачів швидко змінюються, тому торговельне підприємство вимушено постійно оновлювати свій асортимент, а для цього потрібні допоміжні ресурси;

– жорстка конкуренція приводить до того, що новий товар, який виведений на ринок не встигає перекрити інвестиції в його виробництво й просування;

– на торговельних підприємствах не налагоджена система управління асортиментом через складність прогнозування змін попиту споживачів й відсутності методик оптимізації асортименту.

Водночас, управління асортиментом є значним ресурсом підвищення рентабельності реалізації споживчих товарів на підприємствах роздрібно торгівлі.

Кінцевою ланкою, що завершує процес просування товарів від виробника до споживача, є роздрібна торгівля. Згідно з національним стандартом України «Роздрібна та оптова торгівля. Терміни та визначення понять», роздрібна торгівля – сфера підприємницької діяльності з продажу товарів або послуг на основі усного або письмового договорів купівлі-продажу безпосередньо кінцевим споживачам для їх власного некомерційного використання.

Роздрібна торгівля забезпечує реалізацію таких функцій:

- дослідження кон'юнктури, що склалася на товарному ринку;
- визначення попиту і пропозиції на конкретні види товарів;
- забезпечення балансу між пропозицією та попитом з одночасним активним впливом на виробництво в частині обсягу та асортименту продукції, що виготовляється;
- формування торгового асортименту для задоволення потреб населення;
- доведення товарів до кінцевих споживачів шляхом організації просторового їх переміщення та подачі до місць безпосереднього продажу;
- надання покупцям комплексу послуг, що полегшують процес не тільки покупки, але і використання товару (прийом попередніх замовлень, продаж окремих товарів у кредит, подарункова упаковка придбаних товарів, доставка куплених товарів покупцю і т.д.).

В торгівлі існує два поняття асортименту – торговий і виробничий. Виробничий асортимент представляє собою перелік товарів, що виробляється окремими підприємствами, у той час як торговий асортимент – це сукупність товарів, що реалізуються в торговельній мережі та включає товари різних виробників. Цей асортимент також знаходиться під впливом виробництва і попитом населення.

В сучасних умовах, коли, з одного боку, грошові доходи населення обмежені, й споживачі надають перевагу лише необхідним товарам, а, з другого боку, зростає конкурентна політика серед виробників та постачальників, становиться насущною необхідністю планувати асортиментну політику підприємства.

Раціонально побудована асортиментна політика підприємства має бути орієнтована на:

- забезпечення прибутковості реалізації товарів, які включені в асортиментну програму підприємства;
- максимальне задоволення платоспроможного попиту споживачів;
- забезпечення довгострокової ринкової стійкості підприємства торгівлі;
- формування позитивного іміджу підприємства торгівлі й визнання з боку громадськості (PR).

Упровадження в практику діяльності підприємств роздрібно торгівлі розробленої асортиментної програми сприятиме підвищенню ефективності асортиментної діяльності в умовах розвитку національної конкурентної політики роздрібного ринку України.

Отже, ми можемо зробити висновок, що управління асортиментом передбачає координацію взаємозалежних видів діяльності – науково-технічної і проектної, комплексного дослідження ринку, організації збуту, сервісу, реклами, стимулювання попиту. Торгівля завдяки значним змінам потреб і технологій зазнає регулярних змін. Товари постійно змінюються, збільшується кількість їх різновидів, з'являються нові вироби. Смаки та вимоги населення до товарів підвищуються. Залишається незмінним лише вимога до торгового асортименту, який має найбільш повно задовольнити потреби споживачів.