

СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ АСОРТИМЕНТНОЮ ПОЛІТИКОЮ ПІДПРИЄМСТВА

Управління асортиментною політикою підприємства є важливим напрямом його стратегічного розвитку та забезпечення конкурентоспроможності на ринку. Воно визначає, які товари та послуги будуть запропоновані споживачам, у яких обсягах та для яких сегментів ринку. Ефективне управління асортиментом дозволяє задовольняти потреби клієнтів і підвищувати їхню лояльність. Воно сприяє збільшенню обсягів продажів та підвищенню прибутковості підприємства. Крім того, управління асортиментом забезпечує оптимальне використання виробничих, фінансових та маркетингових ресурсів. Воно допомагає підприємству швидко реагувати на зміни ринкової кон'юнктури та нові тенденції в споживчих уподобаннях [10].

Управління асортиментною політикою підприємства – це комплексна система планування, організації, контролю та коригування товарного асортименту з метою забезпечення задоволення потреб споживачів, підвищення прибутковості та зміцнення конкурентних позицій на ринку [40].

Асортиментна політика на підприємстві будується з урахуванням певних умов, що визначають ефективність формування та управління товарним портфелем. До основних умов належать [79]:

- попит споживачів – врахування потреб, очікувань та уподобань клієнтів для забезпечення відповідності товарної пропозиції ринковим запитам;
- конкурентне середовище – аналіз діяльності конкурентів, їх асортименту, цінової політики та маркетингових стратегій;
- виробничі можливості підприємства – наявність ресурсів, технологій, кваліфікації персоналу та потужностей для виробництва або закупівлі товарів;
- фінансові ресурси – забезпечення достатнього фінансування для закупівлі, виробництва, маркетингу та підтримки асортименту;
- маркетингові можливості – здатність підприємства просувати товари, організовувати рекламу, канали збуту та комунікації зі споживачами;
- сезонність та циклічність товарів – врахування змін попиту протягом року або ЖЦТ;
- регуляторні та законодавчі вимоги – дотримання норм і стандартів якості, сертифікації, санітарних та екологічних вимог;
- тенденції ринку та інновації – врахування нових технологій, модних трендів, ринкових змін.

У процесі формування товарного асортименту підприємство має враховувати широкий спектр чинників, що формуються як у зовнішньому, так і у внутрішньому середовищі. До зовнішніх факторів належать потреби та уподобання споживачів, поведінка конкурентів, ринкова кон'юнктура, економічні умови, законодавчі вимоги та технологічні тенденції. Внутрішні фактори включають виробничі можливості підприємства, наявність фінансових та матеріальних ресурсів, кваліфікацію персоналу, ефективність логістики та маркетингової підтримки [53].

Таким чином, система управління асортиментною політикою підприємства є ключовим елементом ефективного функціонування та розвитку бізнесу. Вона забезпечує планування, організацію, контроль і коригування товарного асортименту відповідно до потреб ринку та стратегічних цілей підприємства. Використання системного підходу дозволяє комплексно враховувати взаємозв'язок між усіма товарними групами та підрозділами підприємства. Система управління також дозволяє адаптуватися до змін ринкової кон'юнктури та впроваджувати інноваційні товари. Вона сприяє збільшенню конкурентних переваг та формуванню стабільного попиту серед споживачів. Отже, ефективна система управління асортиментною політикою є необхідною умовою сталого розвитку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Кітченко О. Стратегічні аспекти формування та вдосконалення асортиментної політики підприємства. Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки), 2024. №2. С. 7-11.
2. Колесніков В. П. Формування та оптимізація товарного асортименту підприємства для внутрішнього і зовнішнього ринку. Наук. зап. Серія «Економіка». 2023. Вип. 23. 50 с.
3. Салата А. Є., Солнцев С. О. Модель адаптивного управління асортиментною політикою в умовах ринкової невизначеності. B2B Marketing: зб. наук. праць XVII Міжнар. наук.-практ. конф. К: КПІ ім. Ігоря Сікорського. 2023. 352 с. С. 245-248.