

УДК 339.138

Кузюк Ю. – ст. гр. БКМ-51

*Тернопільський державний технічний університет ім. Івана Пулюя*

## **ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФОРМУВАННЯ ТОВАРНОГО АСОРТИМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА**

Науковий керівник: д.е.н., проф. Гринчуцький В. І.

У сучасній ринковій економіці, коли конкуренція між виробниками товарів різко зростає, а споживачі стають дедалі вибагливішими, підприємства вже не можуть обмежуватись проведенням лише якихось епізодичних маркетингових заходів, оскільки ринкові умови зобов'язують вести безперервну, цілеспрямовану маркетингову діяльність для успішного розвитку кожного підприємства. Така діяльність має наповнюватися не тільки різними заходами, а й чітко скоординовуватись і плануватись. Вагоме місце в цьому процесі слід відвести підвищенню ефективності формування товарного асортименту підприємства.

Зважаючи на швидкі зміни у смаках покупців, фірма не може покладатися тільки на існуючі товари. Споживач чекає нових та вдосконалених виробів. Конкуренти додають максимум зусиль, щоб забезпечити його цими новинками. З цього випливає, що в кожній фірмі повинна бути своя програма розробки та вдосконалення товарного асортименту. Процес постійного оновлення асортименту є важливою складовою маркетингової політики сучасного підприємства. Товарний асортимент повинен відповідати купівельним очікуванням цільового ринку. Саме він стає ключовим чинником у конкурентній боротьбі між підприємствами. Від складу та своєчасного оновлення асортименту продукції на підприємстві в значній мірі залежить ступінь задоволення попиту, витрати населення, які пов'язані з покупкою товарів, кількісні та якісні показники господарської діяльності підприємства. Відсутність в пропозиції окремих товарів, їх вузький, нестабільний або не відповідаючий запитам покупців асортимент породжують незадоволений попит, збільшуючи витрати часу споживача на пошук необхідної продукції, що негативно відбивається на економічній ефективності діяльності підприємства. Тому для формування оптимального асортименту товарів важливим являється максимальне задоволення попиту споживачів при мінімальних витратах часу на пошук та здійснення покупки і забезпечення найбільш ефективної діяльності підприємства. Становлення ринкових відносин в економічній системі України вимагає використання сучасних концепцій формування асортименту товарів на підприємствах. Якщо внаслідок певних причин виробники не змогли активно застосувати їх у виробництві, то в сфері торгівлі вони використовуються більш ширше. Зростання конкуренції на внутрішньому ринку вимагає від керівників підприємств вивчення господарських зв'язків організації з постачальниками, проведення ефективної асортиментної політики, активного просування збуту товарів.

Формування товарного асортименту є одним із основних завдань економічного суб'єкта в ринкових умовах. Підприємству потрібно мати перелік певних номенклатурних позицій продукції, що користуються потенційним попитом на ринку і забезпечать одержання прибутку та виживання в довгостроковому періоді.

В даних умовах ринку досягти сталого успіху зовсім не просто. Підприємства отримали можливість самостійно формувати свою економічну стратегію, тобто знаходити відповіді на такі питання: які види продукції виробляти, в якій кількості, як і якими засобами, для кого і коли виробляти. Комплексне вирішення цих проблем допоможе підприємству оптимізувати товарний асортименту.