

УДК 338.138

Оксана Заворотна

Oksana Zavorotna

Науковий керівник – к.е.н., доцент Борисова Т.М.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

АКТУАЛЬНІ ВЕКТОРИ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ

КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ УКРАЇНИ

CURRENT VECTORS OF ASSORTMENT POLICY

OF UKRAINE CONFECTIONARY

Кондитерське виробництво займає вагоме місце серед галузей харчової промисловості України. Значні обсяги виробництва товарів забезпечують не тільки потреби українських споживачів, але й відкривають значний експортний потенціал. Високий рівень конкуренції між виробниками, складна політико-економічна ситуація в країні, швидкий розвиток технологій у сфері виробничого обладнання, а також загрози з боку закордонних корпорацій змушують вітчизняні підприємства змінювати стратегію. Формування асортиментної політики та її реалізація набуває важливого значення при розробці стратегії підприємства.

Аналізуючи ринкову ситуацію, можна дійти висновку, що проблема вдосконалення асортиментної політики для сучасних підприємств є дуже актуальною, бо відсутність диверсифікованого асортименту не дозволяє на повну силу використовувати потужності виробництва, знижує конкурентоспроможність та збільшує ризик виникнення збитків. Асортиментна політика кондитерських підприємств повинна враховувати такі фактори, як рентабельність продукції, запити ринку, широкий вибір для споживача, диференційованість за ціною та якістю, сезонні тенденції. Велика кількість компаній розглядає асортиментну політику в контексті формування товарного асортименту або частини товарної політики:

асортиментна політика разом із використанням товарної стратегії являє собою комплекс заходів і стратегій, зорієнтованих на постановку та досягнення стратегічних цілей. Добре сформована асортиментна політика являє собою певний гарант формування не тільки оптимальної асортиментної моделі конкретного суб'єкту, але й збереження позиції на ринку, що впливає на формування іміджу й подальший розвиток.

Асортиментна політика виявляє оптимальне співвідношення видів виготовленої продукції. Таким чином, плануючи асортимент і проводячи асортиментну політику, підприємство може вагомо збільшити обсяг продаж і прибуток. Одним із найновіших методів формування асортиментної політики кондитерських виробів є «двоетапний метод»: формування асортиментної стратегії та формування виробничої програми. Метод передбачає розрахунок основних показників економічної ефективності для кожного варіанту.

Ефективному формуванню асортиментної політики сприяє посилення специфіки діяльності підприємств. Так, основною задачею кондитерських організацій є задоволення діючих ринків та вихід на зовнішні. На основі аналізу теоретичних джерел встановлено, що під асортиментною політикою кондитерських підприємств варто розуміти економічний механізм виявлення номенклатури виготовленої продукції при використанні можливих технологічних схем виготовлення солодоців в залежності від якості закупленої сировини, потреб ринку і якості виробничого обладнання. Таким чином, основною ціллю формування асортиментної політики являється, з одного боку, повне задоволення діючих і майбутніх потреб наявних споживачів. А з іншого боку, раціональний вибір сировини, використання устаткування та фінансових ресурсів, які мають у розпорядженні підприємства кондитерської галузі.