

УДК 658.338.1 (477)

Цьопик О. – ст. гр. БКмз-61

Тернопільський національний технічний університет ім. І. Пулюя

УПРАВЛІННЯ ТОВАРНОЮ НОМЕНКЛАТУРОЮ ТА АСОРТИМЕНТОМ НА ТОРГОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Науковий керівник: к.е.н., доцент Семенюк С.Б.

На сучасному етапі практично немає підприємств, які виробляють і пропонують лише один вид товару. Деякі підприємства обмежують свою діяльність виробництвом і збутом єдиної групи товарів, інші займаються виробництвом і збутом декількох груп товарів. Це вимагає вдалого проведення товарної політики підприємства.

Враховуючи основні завдання та напрями проведення товарної політики, можна зробити висновок, що центральними елементами товарної політики виступають номенклатура і асортимент.

Номенклатура – застосований у статистиці систематизований перелік найменувань виробів із кодами позицій, встановленими для відповідної галузевої продукції у Державному класифікаторі продукції та послуг. Оптимальна номенклатура має власні характеристики для кожного окремого підприємства і залежить від ринків збуту, попиту, виробничих, фінансових та інших ресурсів.

Асортиментна політика – це сфера діяльності, яка складається з систематичного прийняття рішень щодо формування та управління товарним асортиментом підприємства, тобто це мистецтво управління, яке поєднує визначення цілей і засобів для їх досягнення та самі рішення і відповідні дії щодо їх досягнення. У будь-якому випадку на підприємстві виникає потреба управління товарним асортиментом.

Ефективне управління асортиментом – одне з найбільш складних завдань, які сьогодні стоять як перед торговими, так і перед виробничими підприємствами. Рішення про збільшення або скорочення товарної номенклатури підприємства повинно ґрунтуватися на цілому комплексі маркетингових, фінансових і стратегічних підходів.

Управління асортиментом полягає в координації взаємопов'язаних видів діяльності – науково-технічної, комплексного дослідження ринку, організації збуту, сервісу, реклами, стимулювання збуту. Проблематичність даної завдання полягає в складності об'єднання всіх цих елементів для досягнення кінцевої мети – оптимізації асортименту з врахуванням поставлених стратегічних ринкових цілей підприємством.

Необхідно відзначити, що універсальної відповіді на питання управління товарним асортиментом не існує, оскільки кожне підприємство, зважаючи на свою специфіку, вирішує дану проблему самостійно.

Ми дану систему будемо розглядати в розрізі функцій менеджменту: організації, планування, контролю і координації. Тобто така система управління асортиментом і номенклатурою товарів буде включати три функціональні підсистеми, кожна з яких складатиметься з ряду елементів.

В основі цієї системи лежить превентивна концепція управління, що попереджує виникнення відхилень і диспропорцій. На наш погляд, власне такою концепцією управління є маркетинг, орієнтований на вирішення стратегічних задач.

Тому управління асортиментом й номенклатурою товарів на підприємстві в рамках комплексної системи управління комерційною діяльністю на основі маркетингу буде сприяти вирішенню проблеми забезпечення відповідності асортименту й номенклатури товарів поточним й перспективним потребам населення.