

УДК 658.016

Костюк А.–ст. гр. БКмз-61

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

НАУКОВО-ПРАКТИЧНЕ ОБГРУНТУВАННЯ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ

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

Забезпечення умов для досягнення запланованого обсягу товарообороту значною мірою залежить від ефективності асортиментної політики торгового підприємства, з підбору для реалізації окремих видів та різновидів товарів, планування та регулювання асортиментної структури товарообороту.

Тлумачення поняття «асортиментна політика» різними авторами:

Асортиментна політика – це важлива складова товарної політики, яка визначає оптимальний набір товарних груп, підгруп, видів, марок, а також встановлює оптимальне співвідношення між моделями та їх модифікаціями. (Г.Л. Багієв);

Асортиментна політика – це політика, суть якої полягає у визначенні номенклатури виготовляючих і реалізуючих товарів, продукції з урахуванням власних можливостей, можливостей постачальників і партнерів, потреб ринку, ступеня ризику, сезонності попиту, кон'юнктури та динаміки цін і ін. (Дж. Еванс);

Асортиментна політика – це визначення (формування) та підтримка оптимальної структури товарів, які виробляються та реалізуються з врахуванням поточних та майбутніх цілей підприємства. (Ф. Котлер);

Асортиментна політика – це стратегічне формування товарного асортименту підприємства, а також управління та підтримка існуючих товарних груп.(С.В. Захаров);

Асортиментна політика є центральним елементом комерційної стратегії підприємства на ринку. Головною її метою в сучасних умовах господарювання є визначення набору товарів, найкращих для обслуговування сегмента ринку.

Основними задачами асортиментної політики є:

- задоволення потреб споживачів;
- завоювання нових покупців;
- оптимізація фінансових результатів підприємства.

Сучасна асортиментна політика підприємств вимагає включення в асортиментну модель товарів, що перебувають на різних стадіях життєвого циклу в певному співвідношенні.

Добре продумана асортиментна політика підприємства є свого роду гарантом не тільки побудови оптимальної асортиментної моделі, а й збереження позицій на ринку, впливає на формування іміджу підприємства.

Асортиментна політика у виробничій сфері спрямована на постійне розширення і оновлення асортименту товарів, які виробляються на вітчизняних промислових підприємствах. Основним завданням її є більш повне задоволення потреб населення, поліпшення структури споживання, що у підсумку зводиться до розробки і випуску оптимального асортименту товарів за високого рівня ефективності виробництва та мінімальних витрат.

Відсутність асортиментної політики веде до нестійкості структури асортименту через вплив випадкових чи перехідних поточних факторів, втрати контролю над конкурентоспроможністю і комерційною ефективністю товарів.