

УПРАВЛІННЯ АСОРТИМЕНТОМ ПРОДУКЦІЇ В УМОВАХ РИНКУ

Соколова Л. В., Дяченко М. Г.

*Харківський торгово-економічний інститут
Київського Національного торгово-економічного університету,
м. Харків*

У сучасній економіці посилюється роль і значимість вирішення проблеми управління товарною політикою, у тому числі управління асортиментом. Посилення конкуренції на ринку товарів і послуг змушує підприємства докладати великих зусиль і витратити значні кошти на виготовлення конкурентоспроможної продукції, яка найкращим чином задовольняє потреби споживачів. Одним з важливих аспектів вирішення цієї проблеми є створення необхідної споживчої цінності товарів і послуг, що вимагає обрання відповідних показників виробництва і розподілу продукції. Розвиток конкуренції вимагає застосування на підприємствах України маркетингової концепції управління товаром, яка націлена на координацію і інтеграцію процесів виробництва і споживання з урахуванням потреб споживачів та інтересів товаровиробників. Управління товарною політикою підприємства, в тому числі її асортиментною складовою є актуальним напрямком досліджень в маркетингу.

Реалізація цього напрямку полягає в посиленні тих ознак продукції, які важливі для покупця і становлять конкурентну перевагу, а саме: якість, особливість продукту, дизайн, марочна назва та упаковка. Основними складовими управління продуктивним асортиментом є:

- періодична ревізія наявного асортименту і прийняття рішень щодо доповнення товарного асортименту новими виробами і вилучення окремих товарів з виробництва;
- безперервний контроль впливу зовнішніх факторів;
- проведення технічних досліджень продуктів і процесів їх споживання залежно від потреб і положення фірми на ринку;
- максимальна оперативність дій протягом усього процесу розробки нового товару;

В умовах нестабільності факторів зовнішнього середовища та істотних змін ринків збуту необхідно постійно переглядати продуктивний асортимент підприємства з ціллю своєчасного зняття з виробництва неефективної продукції.