

АСОРТИМЕНТНА ПОЛІТИКА ЯК ФАКТОР ЕФЕКТИВНОСТІ РОБОТИ ПІДПРИЄМСТВ

Тарвердієв Р.І., Перерва П.Г.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Основним двигуном економіки у світі та в нашій країні є підприємництво. Особливе значення при цьому приділяється малому та середньому підприємництву. Дані Міжнародного валютного фонду свідчать про те, що валовий внутрішній продукт за паритетом купівельної спроможності деяких країн становить: Франція – 2287,448 млрд. дол., Німеччина – 3248,585 млрд. дол., Італія – 1817,536 млрд. дол. Водночас у Польщі цей показник становить – 821,434 млрд. дол., Білорусія – 151,048 млрд. дол., Російська Федерація – 2569,273 млрд. дол. Зазначимо, що в Україні ВВП складає один із найнижчих показників - лише 338,506 млрд. дол. Причиною такого стану української економіки, на наш погляд, є недостатній рівень її розвитку, що, поза всяким сумнівом, відбивається на виробничо-комерційній діяльності виробничих підприємств.

Одним із головних факторів покращення діяльності виробничо-комерційної діяльності виробничих підприємств є товарна асортиментна політика. Асортимент – це набір товарів та/або послуг, який формується за однією або сукупністю ознак та задовольняє різноманітні виробничі чи особисті потреби. Отже, для формування товарного асортименту необхідний контроль над кожною групою товарів. Кожна група має певні загальні ознаки, якими той чи інший товар був віднесений до цього ряду. Звідси випливає висновок у тому, що відстеження груп товарів дозволяє виявити вузькі місця у діяльності виробничих підприємств і усунути їх в майбутньому.

У менеджерів підприємств виникає цілком конкретне питання: які товари необхідно внести до асортиментного ряду та які з них підлягають вилученню з нього. При цьому рекомендується також розглянути доречність диверсифікації продукту (послуги) та пропозиції щодо створення нових продуктів, провести аналітичне дослідження питань ціни, собівартості та рентабельності, визначити рівень сприйняття товару споживачем, зміну якості, сервісу та зовнішнього вигляду.

Література:

1. Kocziszky G., Veres Somosi M., Kobieliava T.O. Compliance risk in the enterprise // Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність "Форвард–2017" : тр. 8-ї Міжнар. наук.-практ. конф. 27 грудня 2017 р. Харків : НТУ "ХПІ", 2017. С.54-57.
2. Научные основы маркетинга инноваций : монография в 3 т. Том 3. / под. ред. д.э.н. профессора С.Н.Ильашенко. Сумы: ООО "Печатный дом "Папирус", 2013. 334 с.
3. Кобелева Т. О. Комплаенс-безпека промислового підприємства: теорія та методи. Харків : Планета-Принт, 2020. 354с. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/54748>
4. Pererva, P., Kuchynskyi, V., Kobieliava, T., Kosenko, A., Maslak, O. (2021). Economic substantiation of outsourcing the information technologies and logistic services in the intellectual and innovative activities of an enterprise. Eastern-European Journal of Enterprise Technologies, 4 (13 (112)), 6–14. doi: <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2021.239164>