

ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Варламова К.С., гр. МО-16

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Ткаченко О.П.**
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Асортиментна політика підприємства передбачає формування товарного асортименту з метою здійснення господарської діяльності на обраному сегменті ринку та забезпечення її ефективності. Отже, асортиментна політика встановлює зв'язок між вимогами ринку, з одного боку, та намірами і можливостями – з іншого. І, нарешті, вона є інструментом реалізації стратегічних цілей підприємства.

Основним завданням асортиментної політики є задоволення попиту та формування лояльності споживачів, а в цілому, оптимізація операційної діяльності торговельного підприємства. Як правило, товарний асортимент характеризується ознаками глибини і широти. Глибина асортименту – загальна кількість товарних позицій в середині кожної товарної категорії асортименту. Інакше кажучи, чим глибше представлена категорія, тим краще можна задовольнити потреби споживача. Широта товарного асортименту торговельного підприємства характеризується кількістю товарних груп, що пропонуються; глибина – кількістю різновидів товарів у межах однієї товарної групи. Асортиментна політика охоплює розрахунки з покупцями: аналіз руху товарів (включаючи закупку і реалізацію); ринкові дослідження кон'юнктури ринку, товарів та споживачів; оцінку роботи персоналу та його продуктивності.

З метою оптимізації товарного асортименту доцільно застосовувати товарний класифікатор та асортиментну матрицю. Вони є ресурсом, що дозволяє підприємству аналізувати асортимент та приймати управлінські рішення про його оновлення чи заміну. В цілому, формування асортименту залежить від асортиментного переліку товарів підприємства. Розробка торговельним підприємством асортиментного переліку товарів і контролю за його дотриманням, сприяє підвищенню якості обслуговування і лояльності споживачів цільового ринку, а також формуванню стійкого асортименту. Отже, наявність асортиментного переліку дозволяє не тільки раціонально регулювати асортимент товарів, але й систематично контролювати його стабільність.