



УДК 339.138

ОБГРУНТУВАННЯ РОЗРОБКИ АСОРТИМЕНТНОГО ПЕРЕЛІКУ ТОВАРІВ

Студ. О.В. Калібабчук, гр. ЗМРмг 1-14

Наук. керівник доц. А.В. Яренко

Київський національний університет технологій та дизайну

Процес формування асортименту товарів, який реалізуються підприємством, передбачає проведення наступних етапів роботи:

1. Визначення переліку основних груп і підгруп товарів, що реалізуються, виходячи з обраної товарної спеціалізації підприємства та потреб його потенційних та існуючих споживачів.

2. Розподіл окремих груп і підгруп товарів між споживчими комплексами та комплексами постійного або сезонного характеру. При цьому, враховується фактичний розмір торговельної площі підприємства та спеціалізація підприємств-конкурентів, які розташовані в межах сфери діяльності підприємства.

3. Визначення кількості видів та різновидів товарів, в межах сфери споживчих комплексів, тобто глибини товарного асортименту. Основа для цього – розмір торговельної площі та стан пропозиції товарів на регіональному споживчому ринку.

4. Розробка певного асортиментного переліку товарів, які пропонуються до реалізації споживачам підприємства.

Основа розробки асортиментного переліку товарів – вивчення попиту та аналіз товарних запасів підприємства. Розроблений асортиментний перелік є стандартом ширини і глибини асортименту товарів та використовується в якості інформації при закупівлі товарів і плануванні структури товарообігу підприємства. Підприємству необхідно визначити продуктову стратегію в межах загальної стратегії. Тільки після цього необхідно приймати рішення стосовно виробничої програми. Рішення мають прийматися на підставі маржинального підходу із урахуванням розвитку продуктового портфелю. Можна виділити три основні етапи складання плану виробництва: оцінка трудомісткості виробничої програми та співставлення з ресурсами (висновки про завантаженість цехів, коригування портфелю замовлень); розрахунок маржинального прибутку за видами продукції; аналіз маржинального прибутку та трудомісткості.

Виробнича програма підприємства визначає склад, кількість і обсяг продукції, яка повинна бути виготовлена в плановому періоді і поставлена споживачам. Вона є головним розділом планів підприємства. Основним завданням виробничої програми є максимальне задоволення потреб споживачів у високоякісній продукції, яка випускається підприємствами при найкращому використанні їхніх ресурсів та отриманні максимального прибутку. При плануванні виробничої програми використовують наступні матеріали: перспективний план виробництва продукції і послуг; прогноз потреби у продукції підприємства, який складається на підставі досліджень змін ринкових елементів у часі, тобто попиту, пропозиції, цін, кількості конкурентів тощо; державний контракт та державне замовлення на продукцію підприємства – якщо такі існують; результати вивчення поточного попиту на продукцію; договори на виробництво та поставку продукції, які укладаються в результаті продажу виробів; заходи щодо спеціалізації виробництва; заходи щодо збільшення виробничих потужностей підприємства; залишки нереалізованих товарів у попередньому періоді.

Розробка завдань щодо випуску виробів у натуральному виразі є найважливішою частиною роботи при складанні виробничої програми. Виробнича програма повинна формуватися з урахуванням ресурсів підприємства, тобто бути оптимальною. Оптимальна виробнича програма – це програма, яка відповідає структурі ресурсів підприємства та забезпечує найкращі результати його діяльності за прийнятими критеріями. Оптимізація виробничої програми проводиться з метою: планування оптимальної структури номенклатури продукції; визначення максимально можливого обсягу виробництва продукції та економічної межі нарощування виробництва.