

Сотнікова А. В.

ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ АСОРТИМЕНТОМ ПІДПРИЄМСТВ НА РИНКУ ТЕХНОЛОГІЧНОГО ОБЛАДНАННЯ

Інтенсивний розвиток ринку обслуговування робить актуальним дослідження ринку технологічного обладнання для оснащення різних суб'єктів господарювання. Зокрема, асортимент підприємств, що займаються торгівлею обладнанням, може сягати кількох тисяч найменувань. Ситуація ускладнюється вторинністю попиту на обладнання, як такого, що є похідним від попиту на ринку. Зростання вимог споживачів до компаній-постачальників обладнання та до їх асортименту, розширення вибору та різноманітність характеристик, за якими здійснюється вибір товарів та послуг на даному ринку, – все це спричиняє необхідність визначення підходів до асортиментної політики.

Переважає більшість обладнання не виробляється, а імпортується в Україну, що створює необхідність акцентування саме на торговому асортименті, а не на виробничому. На відміну від виробничого, торговий асортимент – це номенклатура товарів, які призначені для продажу в роздрібній мережі. Основою успіху асортиментної політики на підприємствах ринку технологічного обладнання є швидкість реагування на зміни тенденцій ринку, тобто на зміни в попиті. З іншого боку, має місце зворотній процес – асортимент підприємств-постачальників обладнання диктує зміни у використанні того чи іншого виду обладнання. При прийнятті рішень щодо змін в асортименті слід брати до уваги розподіл обладнання за ціновим критерієм.

Управління асортиментом – це циклічний поетапний процес, який передбачає послідовне виконання певних дій, основною метою яких є оптимізація асортименту. Процес управління складається з трьох основних етапів: внутрішнього аналізу асортименту підприємства; зовнішнього аналізу, тобто розгляд асортименту з позиції ринку; вибору конкретної асортиментної стратегії (розширення, поглиблення, скорочення або звуження). Контрольними пунктами аналізу є співставлення показників асортименту до та після впровадження змін, що дозволяє оцінити, чи досягнуто запланований результат.

Асортимент можна розглядати, виходячи з трьох основних точок зору: асортимент, орієнтований на виробника; асортимент, як категорія, що формується з потреб споживачів; асортимент як перелік видів продукції. Поєднання різних поглядів дозволяє більш точно розуміти та управляти поняттям «асортимент». Також для будь-якого підприємства, діяльність якого орієнтована на ринок, асортиментна політика в галузі технологічного обладнання ґрунтується на відмінностях потреб різних сегментів споживачів. Для кожної групи споживачів існують свої вимоги до якості, надійності, функціональності, ціни та інших показників, що є визначальними при виборі обладнання.

Для ефективного управління асортиментом підприємств на ринку технологічного обладнання необхідно створювати окремі підрозділи або

призначати відповідальних в межах підрозділів, які будуть слідкувати за виконанням усіх необхідних заходів.

Робота виконана під керівництвом доц. кафедри менеджменту Юхнова Б. Ю.