

СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ КАТЕГОРІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

З кожним днем підприємствам доводиться підлаштовуватись під нетипові зміни навколишнього середовища та працювати в умовах невизначеності. Ці фактори впливають і на роботу категорійних менеджерів, які займаються розглядом магазину як поєднанням категорій товарів. Управління категоріями товарів має на меті максимізацію задоволеності споживачів та покращення взаємодії між постачальниками і продавцями.

Зараз головне завдання категорійного менеджменту – оптимізувати цикл «закупівля-логістика-продажі», сконцентрувавши їх в одному центрі відповідальності. У цьому випадку категорійний менеджер є відповідальним за весь цикл руху товарів, які належать до конкретно визначеної товарної категорії. Основною метою розробки сучасних стратегій для ритейлу є творче використання існуючих можливостей та сучасних технологій в кожній окремій категорії товарів [1].

Наразі на практиці використовують кілька способів аналізу та управління товарним асортиментом (рис. 1.).



Рис. 1. Способи аналізу та управління товарним асортиментом

Джерело: складено автором за [2].

Безумовно, пандемія та військові події в країні значно прискорили низку процесів та зумовили зміни у цифровій сфері, маркетингу, ритейлі та у поведінці споживачів загалом. Окрім врахування місії покупця, потрібно забезпечувати

розуміння того, як покупці сприймають процес купівлі та споживання, за наявних нестабільних умов зовнішнього середовища.

Необхідність підтримки прибутковості та конкурентоспроможності бізнесу, нескінченне розширення асортименту та диверсифікація цінової політики виробників, спонукають ритейлерів до використання сучасних систем управління.

До сучасних аспектів використання категорійного менеджменту слід віднести, насамперед, цифрові технології, які можна застосовувати на всіх етапах реалізації товарної політики та її компонентів. Вони можуть допомогти передбачати проблеми заздалегідь; прискорювати бізнес-процеси шляхом їх автоматизації; уникати чи зменшувати кількість проблем пов'язаних з "людським фактором". У контексті цифрової трансформації цей підхід передбачає встановлення програмного та апаратного забезпечення, яке відповідає потребам компанії.

Отже, застосування категорійного менеджменту в сучасних умовах вимагає від роздрібних торгових підприємств наявності таких мінімальних технічних умов:

- автоматизації обліку товарних запасів за використання системи EAN (міжнародної системи штрих-кодів GS1);
- створення чіткої структури переліку товарів за їх споживчими або виробничими характеристиками;
- групування асортименту за товарними категоріями в номенклатурному довіднику;
- стандартизації торгово-технологічного обладнання;
- класифікації торгових підрозділів у торговельному залі (площі), їх розташування та стандартів обладнання на формати;
- асортиментних матриць за кожним форматом магазину;
- сегментації за цінами товарних категорій;
- електронної системи контролю насиченості асортиментних матриць;
- систему управління торговим простором (полиці та обладнання);
- систему автоматизації обробки замовлень;
- централізоване управління правами доступу до карток товарів;
- централізовану систему ціноутворення [3].

Результат адаптації товарної політики компанії на основі цифрових технологій може призвести як до кількісних, так і до якісних змін. Кількісні зміни включають: підвищення ефективності використання капіталу, збереження конкурентної позиції на ринку, проникнення на нові сегменти ринку зі старими продуктами.

Якісні зміни можуть включати: покращення клієнтського досвіду з обох сторін (клієнт/співробітник), формування нового підходу до управління бізнесом у швидкозмінному середовищі, підвищення кваліфікації робочого персоналу, внаслідок впроваджених технологій з якими доводиться взаємодіяти. У результаті впроваджених змін підприємство може досягнути усіх цілей товарної політики, які до того ж входять до складових стратегічних цілей підприємства [4].

Література:

1. Хурдей В. Д. Удосконалення бізнес-процесу категорійного менеджменту підприємств торгівлі / В. Д. Хурдей // Економіка і організація управління. – 2021. – №4(44) – С. 268–274.

2. Ромащенко О. С. Сучасні технології управління товарними запасами торговельного підприємства / О. С. Ромащенко. // «Економіка. Менеджмент. Бізнес». – 2017. – №3(21) – С. 86–94.

3. Григоренко Т. М. Категорійний менеджмент – сучасна концепція управління асортиментом [Електронний ресурс] / Т. М. Григоренко // Підприємництво, торгівля, маркетинг: стратегії, технології та інновації. Матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://knute.edu.ua/file/NjY4NQ==/6c8ffb4f4431b2421eea665abaa9b4a1.pdf#page=35>.

4. Філімонов В. В. Теоретичні засади коригування товарної політики підприємства на основі цифрових технологій [Електронний ресурс] / В. В. Філімонов, Т. О. Харченко // Бренд-менеджмент : маркетингові технології: Матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://knute.edu.ua/file/MjIxNw==/869a861e10a5e8636d95d861b6ca498e.pdf#page=347>