

ОПТИМІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ ЩОДО АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ МАТЕМАТИЧНОГО МОДЕЛЮВАННЯ

Студ. Величко М.С.
Наук. керівник доц. Яренко А.В.
Київський національний університет технологій та дизайну

Забезпечення умов для досягнення запланованого обсягу товарообороту значною мірою залежить від ефективності асортиментної політики підприємства з підбору та реалізації окремих видів та різновидів товарів, планування та регулювання асортиментної структури товарообороту. Формування асортиментної політики підприємства спрямоване на найбільш повне задоволення попиту споживачів та забезпечення умов для прибуткової діяльності підприємства. Підбір, планування та регулювання асортименту товарів базується на наступних принципах:

1. Відповідність структурі попиту споживачів району діяльності підприємства.
2. Комплексність задоволення попиту споживачів в межах сегмента ринку.
3. Забезпечення необхідної широти, глибини та сталості асортименту.
4. Забезпечення умов для отримання цільового розміру прибутку.

Врахування першого принципу передбачає, що розробка асортиментної політики підприємства повинна базуватися на матеріалах вивчення попиту, як задоволеного, так і незадоволеного, та того, що формується. Тільки відповідність між структурою товарообороту та структурою попиту забезпечує успішну реалізацію товарів. Формування асортименту покликане створити умови для отримання підприємством необхідного прибутку. Це обумовлено тим, що рішення стосовно підбору асортименту, визначають обсяг доходів підприємства від торговельної діяльності (у зв'язку з різним рівнем торговельної надбавки на окремі товари), величину витрат обігу (у зв'язку з різною товарною витратоємністю товарів), потребу в обіговому капіталі (у зв'язку з різною оборотністю запасів окремих товарів) та інші найважливіші господарсько-фінансові показники підприємства. Основою розробки асортиментного переліку товарів є матеріали вивчення попиту та аналізу обіговості товарних запасів з окремих видів та різновидів товарів. Розроблений асортиментний перелік є стандартом ширини та глибини асортименту товарів та використовується в якості нормативного документа при проведенні комерційної діяльності із закупівлі товарів та планування структури товарообороту підприємства.

Підприємство повинне розробити загальну стратегію, визначити в її рамках продуктової стратегії. Лише потім можна буде приймати рішення стосовно виробничої програми. Рішення мають прийматися на підставі маржинального підходу і з урахуванням розвитку продуктового портфелю. Обґрунтування планової структури реалізації товарів щодо асортиментних груп або товарних комплексів може здійснюватися різними методами: на основі коефіцієнтів еластичності реалізації окремих груп товарів від обсягу товарообороту або доходів населення, на основі нормативів товарообороту на m^2 торговельної площі, на основі побудови економіко-математичних моделей, використання економіко-статистичних методів, на основі норм споживання (забезпеченості) окремими видами товарів та ін. Для прогнозних розрахунків структури товарообороту рекомендовано використовувати економіко-математичні методи. Проведення кореляційно-регресійного аналізу дозволяє виявити найважливіші фактори, що впливають на обсяг реалізації окремих груп товарів, здійснити оцінку характеру їх впливу. Побудовані рівняння регресії при допустимому рівні значущості та тісноти зв'язку можуть використовуватися для визначення прогнозного обсягу реалізації товарів при очікуваній зміні факторів впливу. Стосовно груп товарів, обсяг продажу яких залежить від зміни платоспроможності населення, в економічних розрахунках може бути використана двох-факторна математична модель.