

Шахтарина Маргарита Владимировна

студентка

Гайсина Айгуль Рифатовна

студентка

Слободин Павел Владимирович

студент

Башкирский кооперативный институт (филиал)
АНОО ВО ЦС РФ «Российский университет кооперации»
г. Уфа, Республика Башкортостан

АССОРТИМЕНТНАЯ ПОЛИТИКА ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

***Аннотация:** авторами раскрывается понятие ассортиментной политики, выделены её основные направления. Представлена система управления ассортиментной политикой в торговом предприятии.*

***Ключевые слова:** ассортиментная политика, торговое предприятие, ассортимент.*

Ассортиментная политика играет значительную роль в условиях стабильной экономической ситуации, так как нынешние потребители предъявляют высокие требования к качеству и дизайну товаров.

Ассортиментная политика – это набор мер, направленных на создание оптимального ассортимента товаров и услуг для удовлетворения потребностей клиентов и получения прибыли компанией. Включает определение структуры ассортимента, его обновление, расширение и разработку новых товаров и услуг. В различных организациях ассортимент товаров и услуг различен. В банках – это ассортимент банковских продуктов [1]. В торговых организациях – это ассортимент потребительских товаров.

Основными направлениями ассортиментной политики являются.

1. Нарращивание продаж путем оптимизации ассортиментной структуры.
2. Увеличение экономической стабильности предприятия через формирование разумной ассортиментной политики.
3. Приобретение конкурентного превосходства путем предложения наиболее привлекательного ассортимента.
4. Освоение современной конъюнктуры рынка.
5. Уменьшение издержек, обусловленных ассортиментной структурой.
6. Увеличение скорости оборота товарно-материальных запасов.

В условиях современной российской экономики все более важным становится вопрос улучшения управления ассортиментом товаров и повышения качества продукции. Лишь не большое количество руководителей не видят всех преимуществ эффективной ассортиментной политики и управления, качеством которые являются ключевыми факторами экономического роста и конкурентоспособности предприятия. Привлечение внимания к данным вопросам может стимулировать развитие компаний и улучшение качества товаров и услуг, доступных потребителям. Прежде всего, необходимо формировать товарный ассортимент и обеспечивать качество товаров, которые максимально удовлетворяли бы потребности различных групп покупателей.

Для планирования создания ассортимента на предприятии необходимо сбалансировать глубину (количество товаров в каждой категории предприятия) и широту (количество товарных категорий на предприятии).

Чтобы сконструировать ассортимент на торговом предприятии нужно:

- создать ассортиментный перечень. Он должен быть оптимальным и изменяться только при изменении стратегических целей предприятия;
- задать минимальный остаток товаров, необходимых для положительной прибыли на предприятии – ассортиментный минимум. Он должен подчиняться изменению спроса от покупателей и от других специфических факторов предприятия;
- регулировать фактическое количество видов товаров с их количеством по ассортиментному перечню.

В структуру ассортиментной политики входят финансовая политика, политика коммуникаций, политика производства и маркетинговая политика.

Чтобы повысить конкурентоспособность ассортиментной политики, целесообразно вся её структура сама была конкурентоспособной.

Для стабильности ассортимента, необходимо автономно просматривать наличие товаров в магазине. Для обеспечения стабильности ассортимента компании согласовывают списки товаров с поставщиками и фиксируют их в прайс-листах, являющихся приложением к договору поставки. Данный подход помогает обеим сторонам выполнять свои обязательства, что в итоге обеспечивает постоянное наличие необходимых товаров для потребителей.

Оптимальный ассортимент должен учитывать сезонные особенности, культурные особенности, покупательскую способность, а также соответствовать актуальному спросу и предложению на торговом рынке. Также важным аспектом является соотношение разных ценовых категорий в ассортименте.

Для правильного формирования ассортиментной политики необходимо нанимать квалифицированных специалистов [2]. Формирование ассортиментной политики может осуществляться одним специалистом или группой специалистов в зависимости от размеров компании и ее возможностей в проведении маркетинговых исследований.

Не все компании имеют возможность проводить масштабные маркетинговые исследования [3]. В таких случаях обычно ассортимент создается на основе поверхностного анализа рынка и субъективного мнения нескольких специалистов.

Крупные компании имеют существенное преимущество в этом отношении, поскольку они готовы инвестировать значительные средства в маркетинговые исследования и определение неудовлетворенных потребностей, что позволяет им стать лидерами на рынке. Компании внедряют цифровые технологии в процесс формирования ассортимента [4–5].

Ассортиментная политика играет важную роль в функционировании компании, влияя на различные аспекты, включая внедрение технологий и обновление оборудования. Ассортиментная политика в конечном итоге влияет на главный результат, а именно размер прибыли торгового предприятия.

Список литературы

1. Буранбаева Л.З. Ипотечное жилищное кредитование в Республике Башкортостан: настоящее и будущее / Л.З. Буранбаева, З.З. Сабирава // Вестник БИСТ (Башкирского института социальных технологий). – 2018. – №3 (40). – С. 53–56. – EDN YLQYMP.

2. Сабирава З.З. Формирование экономической культуры студентов в процессе образовательной деятельности: дис. ... канд. пед. наук: 13.00.01 / З.З. Сабирава. – Бирск, 2004. – 187 с. – EDN NMRGHT.

3. Сабирава З.З. Развитие сельскохозяйственной кооперации в современных условиях хозяйствования / З.З. Сабирава // Перспективные технологии и инновации в АПК в условиях цифровизации: материалы Международной научно-практической конференции (Чебоксары, 15 февраля 2022 г.). – Чебоксары: Чувашский государственный аграрный университет, 2022. – С. 560–561. – EDN MQRPYM.

4. Сабирова З.З. Анализ международного опыта становления цифровизации / З.З. Сабирова, Ю.В. Изгибаева // Проблемы гуманитарных наук и образования в современном мире: сборник научных статей по материалам VIII Всероссийской науч.-практ. конф. с междунар. участ. (Сибай, 25 ноября 2022 г.). – Сибай: Уфимский университет науки и технологий, 2022. – С. 216–218. – EDN ATLLYW.

5. Сабирова З.З. Цифровая экономика как динамичное развитие общества / З.З. Сабирова, Л.А. Патрушева // Стратегии устойчивого развития: социальные, экономические и юридические аспекты: материалы Всероссийской научно-практической конференции (Чебоксары, 26 января 2023 г.). – Чебоксары: Среда, 2023. – С. 134–136. – EDN LQFEYM.