

ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ В ОПТИМІЗАЦІЇ АСОРТИМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА

Островерх М.В.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Одним із способів підвищення ефективності роботи компанії є оптимізація асортименту продукції. В процесі оптимізації асортименту можна виділити три основних етапи.

1. Аналіз динаміки та структури попиту. Відділ маркетингу аналізує динаміку продажів за товарними групами, використовуючи методи ABC-XYZ аналізу, аналіз рентабельності товарних груп [1]. На основі результатів аналізу за допомогою методів прогнозування (методи екстраполяції, сценарного моделювання) оцінюються перспективи зміни попиту та конкуренції в сегментах, де представлена продукція підприємства. На основі отриманої інформації спеціалісти-маркетологи готують рішення щодо зміни структури асортименту, спрямовані на підвищення задоволення споживачів, укріплення конкурентних позицій та збільшення частки ринку [2].

2. Аналіз пропозицій, що здійснюється планово-економічною службою представляє аналіз фінансових показників за окремими товарами (витрати, рентабельність) і робить висновки щодо зміни структури асортименту.

3. Затвердження кінцевого варіанту структури асортименту та визначення виробничого плану. На цьому етапі доцільно застосовувати методи оптимізації, максимізуючи прибуток або мінімізуючи витрати.

Оптимальна структура асортименту повинна забезпечувати максимальну рентабельність і достатню стабільність компанії в цілому. Крім того, найменувань продукції не повинно бути занадто багато. Для більшості українських підприємств основний резерв оптимізації закладений в скороченні асортиментного ряду. Занадто великий асортимент погано позначається на економічних показниках: з'являється багато позицій, які за обсягами продажів не можуть вийти навіть на рівень беззбитковості. Крім цього великий асортимент змушує розпорошувати сили компанії. Застосування економіко-математичних методів дозволяє істотно поліпшити якість планування і отримати додатковий ефект без залучення у виробництво додаткових ресурсів.

Література:

1. Козлов Н.В. Методы анализа динамики товарных запасов / Н.В. Козлов // Вопросы статистики, 2006. №7. – С. 1217.
2. Костина Г.П. Управление ассортиментом./ Г.П. Костина // Менеджмент в России и за рубежом, 2007. № 6. – С. 39-50.