

УПРАВЛІННЯ АСОРТИМЕНТОМ ТОВАРУ ЯК СКЛADOVA РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ

Гудименко В. П.

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

В роботі розглянуті підходи щодо управління асортиментом товару з метою розвитку бізнесу. Ефективне управління асортиментом є ключовим елементом стратегії розвитку бізнесу, оскільки дозволяє оптимізувати перелік товарів або послуг з урахуванням потреб споживачів, конкурентного середовища та внутрішніх ресурсів компанії [1]. Оптимально підібраний асортимент дозволяє не тільки задовольняти потреби клієнтів, які відповідають їхнім потребам та уподобанням, а й максимізувати прибуток через виявлення найпопулярніших товарів і просування саме їх; знижувати витрати за допомогою ефективного управління запасами та скорочення асортименту до найбільш затребуваних товарів, що користуються попитом; підвищувати конкурентоспроможність через адаптацію асортименту до змін у ринковому середовищі та вимог споживачів; забезпечувати підтримання якості через контроль якості продукції та вибору найнадійніших постачальників.

Динамічні зміни зовнішнього середовища та зростаючі очікування споживачів висувають нові вимоги до управління асортиментом. Тому використання інноваційних підходів в процесі управління асортиментом є необхідними, до основних з яких можна віднести:

1) використання штучного інтелекту та машинного навчання, що дозволяє аналізувати великі обсяги даних з метою ідентифікації тенденцій споживання, прогнозування попиту та планування асортименту на основі індивідуальних вподобань клієнтів та їх покупок;

2) динамічне управління асортиментом в режимі реального часу на основі змін у попиті, сезонності та інших факторів, а також використання гнучких стратегій ціноутворення та акцій для стимулювання продажів найбільш перспективних товарів;

3) розвиток інноваційних продуктів та послуг шляхом розробки унікальних та відмінних від конкурентів пропозицій, з можливістю залучення споживачів до процесу розробки нових товарів;

4) використання аналітики та прогностичного моделювання для побудови моделей на основі даних про продажі, витрати, та інші фактори для визначення оптимального асортименту та стратегій управління запасами.

Отже, саме такі інноваційні підходи не лише допомагають оптимізувати асортимент та підвищувати продажі, але й сприяють залученню та утриманню клієнтів, підвищенню конкурентоспроможності та формуванню сильного іміджу бренду та допомагають забезпечити стабільний розвиток бізнесу.

Література:

1. Рожко В.І. (2023) Управління асортиментом товаровиробника споживчих товарів. *Соціальна економіка*. № 65. DOI: <https://doi.org/10.26565/2524-2547-2023-65-05>