

Голомоз М.С., студент гр.073м-22-1

Науковий керівник: Папіж Ю.С., к.е.н., доц., доцент кафедри менеджменту

(Національний технічний університет «Дніпровська політехніка», м. Дніпро, Україна)

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ АСОРТИМЕНТОМ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Для раціонального управління асортиментом та визначення пріоритетних напрямків розвитку слід сформувати алгоритм вдосконалення управління товарним асортиментом на підприємствах малого бізнесу. Актуальність вдосконалення управління товарним асортиментом обумовлюється смаками та вподобаннями споживачів, потребами сучасного ринку, що постійно змінюються. Щоб забезпечити постійний розвиток, необхідно покращувати продукцію підприємства, це надасть йому конкурентні переваги.

Основним завданням процесу управління товарним асортиментом підприємства є створення найоптимальнішого балансу між величиною запасів, їх гнучкістю, швидкістю переміщення, наявністю та витратами, спрямованими на реалізацію цих процесів.

На основі проаналізованих підходів сформовано алгоритм формування та управління товарним асортиментом на підприємствах малого бізнесу:

- слід ретельно вивчити наявний асортимент і сформувати критерії для планового;
- потрібно дослідити ринок, на якому функціонує підприємство, діяльність конкурентів, особливості законодавства в даній сфері;
- виявити можливості підприємства, сильні та слабкі сторони;
- оцінити ресурсне забезпечення підприємства;
- управління повинно бути системним і цілеспрямованим [1].

Для удосконалення процесу управління слід коригувати роботу таких підсистем підприємства:

1) Управлінсько-організаційна:

- ✓ відповідність структури управління специфіці підприємства;
- ✓ наявність професіональних менеджерів у сфері управління товарним асортиментом;
- ✓ використання переваг малого підприємства (висока гнучкість і швидка реакція на зміни в зовнішньому середовищі, орієнтація на творчість та нестандартні підходи ведення бізнесу, не бюрократичні та спрощені процедури управління, швидкість обороту капіталу, незначні накладні витрати, неформальні підходи до планування і контролю);
- ✓ пошук шляхів подолання недоліків малих підприємств (погані умови придбання ресурсів, обмежені можливості отримання кредитів, незначна внутрішня управлінська спеціалізація, обмеженість інформаційних ресурсів, дослідження зовнішнього середовища, підвищений ризик діяльності).

2) Фінансова:

- ✓ визначення пріоритетних джерел фінансування – найдешевших та найефективніших;
- ✓ залучення додаткових джерел фінансування;
- ✓ оптимізація структури капіталу усередині підприємства;
- ✓ зменшення фінансових ризиків.

3) Збуту:

- ✓ «планування та організування збуту»;
- ✓ організування після продажного обслуговування;
- ✓ мотивування працівників, які займаються збутом продукції;

- ✓ контролювання процесу збуту продукції;
 - ✓ системний взаємозв'язок процесу збуту з процесом постачання.
- 4) Постачання:
- ✓ створення довготривалих і міцних ділових зв'язків з постачальниками, проведення переговорів з постачальниками;
 - ✓ своєчасне й оптимальне забезпечення виробництва необхідними матеріальними ресурсами відповідної комплектності та якості;
 - ✓ участь у розробці стандартів підприємства по матеріально-технічному постачанню якості продукції, що випускається;
 - ✓ контроль якості, кількості, комплектності матеріально-технічних ресурсів;
 - ✓ розробка і впровадження заходів щодо підвищення ефективності використання матеріальних ресурсів, зниження витрат, пов'язаних із транспортуванням і збереженням;
 - ✓ вилучення в підрозділах підприємства наднормативних залишків матеріалів, передача їх на склад сировини і матеріалів, в інші підрозділи і належне оформлення таких операцій; • розробка пропозицій по заміні дорогих і дефіцитних матеріалів, сировини більш доступними за ціною» [2].

Для вдосконалення управління всі наведені вище функції повинні здійснюватися в комплексі та системно. Часто на підприємствах малого бізнесу функції різних підсистем виконує одна структурна одиниця. У цьому випадку важливо, щоб менеджери були достатньо кваліфікованими, володіли повною і достовірною інформацією та не зловживали правом прийняття рішень.

Список використаних джерел:

1. Гармідер Л.Д. (2016) Дослідження формування товарного асортименту підприємства. *Академічний огляд*. № 1. С. 111–118.
2. Петріківа О.С. (2021) Товарний асортимент як об'єкт управління на підприємстві. *Modern Economics*. № 27(2021). С. 128-132. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V27\(2021\)-17](https://doi.org/10.31521/modecon.V27(2021)-17).