

УПРАВЛЕНИЕ АССОРТИМЕНТОМ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ С ПОЗИЦИИ РЫНКА

*А.С. Хитри, магистрант 1 года обучения
Научный руководитель – Ю.В. Игнатенко, к.э.н., доцент
Полесский государственный университет*

Управление ассортиментом товара – деятельность, направленная на достижение требований рациональности ассортимента. Основными элементами управления являются установление требований к рациональности ассортимента, определение ассортиментной политики организации и формирование ассортимента [1, с. 318].

Управление ассортиментом предприятия представляет собой комплексный процесс, включающий основные классические функции управления: планирование, организацию, координацию, и контроль, а также анализ влияния политики управления товарными запасами предприятия, политики поставок на товарный ассортимент [2].

Актуальность выбранной тематики очевидна, так как при правильном совершенствовании процесса управления ассортиментом продукции предприятия будет максимальным образом удовлетворять спрос его потребителей и в конечном итоге предприятие будет рентабельным.

Объектом исследования является ОАО "Беллакт", специализирующееся на производстве сухих молочных смесей и каш для детского питания, а также производстве молочной продукции.

Предмет исследования – процесс управления ассортиментом продукции предприятия.

Стоит отметить, что ОАО "Беллакт" относится к предприятиям молочной промышленности, а также является единственным производителем детского питания. На данном предприятии при управлении ассортиментом применяется только матрица BCG. Это отличный инструмент для стратегического анализа и планирования ассортимента на предприятии. Применение данного инструмента теоретически обосновано. Однако для эффективного управления ассортиментом выпускаемой продукции этого недостаточно. Проведя анализ объемов выпускаемой продукции, мы предлагаем формировать объемы производства продукции с учетом результатов ABC-анализа и БКГ-анализа.

По итогам проведенного БКГ-анализа, предприятию необходимо по возможности поддерживать и развивать такие ассортиментные группы, как сметана, молоко, йогурты, коктейли йогуртные, сырки, расширять их ассортимент и пытаться сохранить имеющуюся долю на рынке, по возможности использовать наступательные стратегии. Они могут быть переведены в группу "Звезды" при надлежащем развитии и поддержке.

По итогу ABC-анализа, проведенного для ОАО "Беллакт" можно сделать вывод, что предприятие должно поддерживать такие ассортиментные группы, как сухие детские смеси на молочной и безмолочной основе и каши на безмолочной основе и уделять им большее внимание. Особенно необходимо сосредоточиться на их развитии, так как эта продукция приносит наибольшую прибыль и является основой нормального функционирования. Каши на молочной основе могут быть переведены в группу "Звезды" при надлежащем развитии. А так же рекомендуется обратить особое внимание на производство и выпуск йогуртов, коктейлей йогуртных и другой цельномолочной продукции.

Объединив все эти методы анализа объемов производства, можно выйти на практически идеальную систему управления товарным ассортиментом продукции ОАО "Беллакт" с позиции рынка.

Данная методика эффективна только при наличии в организации системы раздельного учета постоянных и переменных расходов, которую лучше всего строить на основе создания центров ответственности за формирование соответствующей категории затрат внутри организации.

Предложенная методика поможет сформировать такую структуру ассортимента, при которой предприятие будет функционировать достаточно устойчиво.

Список использованных источников

1. Экономика предприятия: Учеб. пособие / В.П. Волков, А.И. Ильин, В.И. Стенкевич [и др.]; под общ. ред. А.И. Ильина, В.П. Волкова. – М.: Новое знание, 2014. – 677 с.
2. Управление ассортиментом [Электронный ресурс] / Торговое предприятие – Режим доступа: <http://mirznanii.com/upravlenie-assortimentom>. – Дата доступа: 13.03.2018.