

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА

FEATURES OF PRODUCTION ENTERPRISE' ASSORTMENT POLICY FORMATION

УДК 658.8:664

<https://doi.org/10.32843/infrastuct34-21>

Овсак О.П.

к.е.н., доцент кафедри економіки та бізнес-технологій

Національний авіаційний університет

Назаренко О.П.

асистент кафедри економіки та бізнес-технологій

Національний авіаційний університет

Зелінський В.В.

студент

Національний авіаційний університет

Стаття присвячена систематизації основних складників формування асортиментної політики виробничого підприємства, яка є важливим складником його конкурентної стратегії. Виділені основні напрями впливу асортиментної політики виробничого підприємства на процеси його функціонування та розвитку: задоволення попиту на продукцію підприємства, досягнення стратегічних цілей підприємства, розроблення стратегії перспективного розвитку підприємства. Виявлено, що формування асортиментної політики виробничого підприємства має ґрунтуватися на принципах системності, оптимізації обсягів виробництва, максимізації прибутку, рівномірного наростання. Обґрунтовано, що управлінські рішення щодо оптимізації асортименту виробничого підприємства мають враховувати особливості задоволення складового попиту, потреби виробництва, специфіку реалізації продукції та забезпечувати підвищення фінансового результату.

Ключові слова: виробниче підприємство, асортимент, асортиментна політика, виробнича програма, оптимізація асортименту.

Стаття посвящена систематизації основних складових формування

асортиментної політики виробничого підприємства, которая является важной составляющей его конкурентной стратегии. Выделены основные направления влияния асортиментной политики производственного предприятия на процессы его функционирования и развития: удовлетворение спроса на продукцию предприятия, достижение стратегических целей предприятия, разработка стратегии перспективного развития предприятия. Выведено, что формирование асортиментной политики производственного предприятия должно основываться на принципах системности, оптимизации объемов производства, максимизации прибыли, принципе равномерного нарастания. Обосновано, что управленческие решения по оптимизации ассортимента производственного предприятия должны учитывать особенности удовлетворения потребительского спроса, потребности производства, специфику реализации продукции и обеспечивать повышение финансового результата.

Ключевые слова: производственное предприятие, ассортимент, ассортиментная политика, производственная программа, оптимизация ассортимента.

The article is devoted to the systematization of the main components of the production enterprises' assortment policy formation in modern economic conditions. It is emphasized that assortment policy is the most important component of the manufacturing enterprise' competitive strategy. The choice of product strategy should be based on the analysis of the state and development of existing market segments (external factors) and dynamic changes occurring within the enterprise (internal factors). The development of an assortment concept by the enterprise precedes the formation of the assortment structure. It is a directional construction of the optimal assortment structure, product offer. At the same time, the consumer requirements of certain groups (market segments) are taken as a basis, and on the other, for the manufacturing of products with low costs, the need to ensure the most efficient use of raw materials, technological, financial and other resources by the enterprise. Three main directions of influence of production enterprise' assortment policy on processes of its functioning and development are distinguished: meeting consumer demand for the enterprise' production, achievement of strategic goals of an enterprise, formation of an enterprise' long-term development strategy. It is stated that the pricing, reduction of commercial risks, quality assurance, guarantees, service are being addressed in the formation of the company' assortment policy. It is revealed that the formation of the assortment policy of a manufacturing enterprise should be based on the principles of systematicity, production volumes' optimization, profit maximization, the principle of uniform growth. It is substantiated that purposeful formation of perspective product assortment is one of the tools of increasing the competitiveness and performance of the production enterprise. It is substantiated that managerial decisions on optimization of the range of production enterprise should take into account the peculiarities of satisfaction of consumer demand, production needs, products sales' particularities and ensure improvement of financial result.

Key words: production enterprise, assortment, assortment policy, production program, assortment optimization.

Постановка проблеми. Процес постійного оновлення асортименту є важливим складником політики сучасного підприємства. Змінюваність складу продукції має бути наслідком цілеспрямованого чіткого керування цим процесом, що передбачає відносну стабільність асортименту за певні короткі проміжки часу, ретельне планування випуску продукції і суворий контроль за виконанням усіх асортиментних завдань і термінів випуску окремих видів продукції. Відхилення від планових завдань розцінюють як суттєвий недолік у роботі виробничих підрозділів, їх керівників та виконавців. Тому проблематика формування асортиментної політики виробничого підприємства у сучасних умовах господарювання не втрачає актуальності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Сучасна теорія асортиментної політики базується на результатах дослідження закордонних та вітчизняних науковців та практиків: С.В. Близнюка [1], О.О. Дими [2], Ф. Котлера [3], В. Г. Щербака [4], Н.К. Малхотри [5], А.О. Касич [6] та інших. Розроблені ними підходи головним чином стосуються управління асортиментом торгових підприємств. Необхідність реалізації комплексної асортиментної політики, що ґрунтується на основі принципів стратегічного розвитку, комплексності, та застосування портфельного підходу як базового обґрунтована А.О. Касич. Однак, зважаючи на специфіку вітчизняних виробничих підприємств, не досить дослідженими лишаються проблеми формування їх асортиментної політики.

Постановка завдання. Метою дослідження є систематизація основних складників формування асортиментної політики виробничих підприємств у сучасних умовах господарювання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ефективність діяльності підприємства в умовах ринку значною мірою залежить від того, наскільки обґрунтовано розроблені перспективні та поточні плани виробництва на підприємстві. Продукцію промислових підприємств призначено для задоволення потреб ринків, засобів виробництва чи предметів споживання. У нормальному ринковому середовищі попит споживачів на вироби підприємства, визначений та закріплений договорами на постачання продукції, державними замовленнями, є вихідними даними для планування асортименту та обсягів виробництва продукції підприємств. Спираючись на ці дані, а також враховуючи власні економічні інтереси та виробничі потужності, підприємство визначає асортимент продукції, обсяги виробництва продукції у плановому періоді в натуральному та вартісному вираженні, здійснює ціноутворення тощо.

Асортимент продукції – це сукупність різновидів продукції кожного найменування, що різняться за відповідними техніко-економічними показниками (за типорозмірами, потужністю, продуктивністю, дизайном тощо). Номенклатура й товарний асортимент включають стару продукцію, попит на яку зберігається, а також нову продукцію, дослідні зразки принципово нових виробів. В умовах ринкової економіки цілеспрямоване формування перспективного товарного асортименту є одним із засобів підвищення конкурентоспроможності та ефективності діяльності виробничого підприємства. Суть і важливість товарного асортименту в тому, щоб підприємство-виробник вчасно пропонувало визначену сукупність товарів, які відповідають загалом профілю його виробничої діяльності, найбільш повно задовольняють вимогам визначених категорій покупців.

Як показав аналіз наукових праць [3, с. 413; 4, с. 53], асортиментна політика – це одна з найважливіших складових частин конкурентної стратегії виробничого підприємства. Вибір тієї або іншої товарної стратегії повинен ґрунтуватися на підставі аналізу стану і розвитку наявних сегментів ринку (зовнішні чинники) та динамічних змін, що відбуваються всередині підприємства (внутрішні чинники). Як відзначено в роботі [3, с. 89], вдосконалення асортиментної політики виробничого підприємства є одним із напрямів підвищення ефективності його функціонування. Управління асортиментом виробничого підприємства на споживчому ринку вважається одним із найскладніших процесів у комерційній діяльності [3, с. 87]. Розроблення підприємством асортиментної концепції передуює формуванню структури асортименту.

Вона являє собою спрямовану побудову оптимальної асортиментної структури, товарної пропозиції, при цьому за основу беруться, з одного боку, споживчі вимоги визначених груп (сегментів ринку), а з іншого – необхідність забезпечити найбільш ефективне використання підприємством сировинних, технологічних, фінансових та інших ресурсів для того, щоб виробляти товар із низькими витратами [1, с. 92; 2, с. 213].

Асортиментна політика передбачає: визначення реальних і перспективних потреб у товарах, розрахунок основних показників асортименту й оцінку його раціональності, виявлення джерел товарних ресурсів, необхідних для формування раціонального асортименту, оцінку можливостей організації для освоєння виробництва окремих товарів, вибір і обґрунтування напрямів формування асортименту [5, с. 721]. Якщо систематизувати вплив асортиментної політики виробничого підприємства на процеси його функціонування та розвитку, то можна виділити три основні його напрями, які наведено на рис. 1.

Перший напрям пов'язаний з наслідками задоволення споживчого попиту на продукцію виробничого підприємства та включає в себе: визначення реальних і перспективних потреб у продукції підприємства, розрахунок основних показників асортименту, оцінку раціональності асортименту, збереження та розвиток зв'язків із традиційними споживачами продукції підприємства.

Другий – показує результати досягнення стратегічних цілей підприємства:

- забезпечення формування виробничої програми підприємства;
- оновлення продукції, що випускається;
- забезпечення досягнення високого фінансового результату;
- оновлення продукції, що випускається;
- найбільш повне завантаження виробничих потужностей,
- висока якість виробленої продукції;
- підвищення конкурентоспроможності підприємства.
- збереження та розвиток зв'язків із традиційними споживачами продукції підприємства тощо.

Ефективна асортиментна політика виробничого підприємства також чинить вплив на розроблення стратегії його перспективного розвитку, оскільки визначає нові виробничі цілі підприємства, випуск продукції з високим потенційним попитом у майбутньому, забезпечує диференціацію у виробництві продукції з проникненням на нові ринки або їх сегменти, забезпечення зростання фінансового результату.

Крім зазначеного, під час формування асортименту вирішуються питання ціноутворення, зниження комерційних ризиків, забезпечення якості, надання гарантій, сервісу. Важливим є питання про



Рис. 1. Схема впливу асортиментної політики виробничого підприємства на процеси його функціонування та розвитку

те, чи збирається виробник відігравати роль лідера у створенні принципово нових видів продуктів.

Сформований асортимент є вхідним параметром розроблення виробничої програми підприємства, яка формує систему завдань з обсягів виробництва, використання виробничих потужностей, обігових засобів, персоналу та інших ресурсів.

Формування асортиментної політики виробничого підприємства має ґрунтуватися на принципах системності, оптимізації обсягів виробництва, максимізації прибутку, рівномірного наростання.

Принцип системності полягає в ув'язці всіх ресурсів підприємства: матеріальних, трудових і фінансових. Ефективність виробництва досягається за відповідності принципу оптимізації обсягів виробництва. Цей принцип полягає в отриманні більшого обсягу прибутку за найменших обсягів виробництва продукції. Цей принцип забезпечується набором ефективного портфеля замовлень – таких номенклатурних позицій, які максимізують прибуток підприємства.

Принцип максимізації прибутку тісно взаємопов'язаний з попереднім, але його забезпечення вимагає додаткових зусиль щодо зниження матеріальних, трудових і організаційних витрат на виробництво і збут продукції. Сучасні економічні умови функціонування підприємств характеризуються високим ступенем невизначеності майбутніх результатів діяльності, тому постає проблема формування асортименту продукції, за якого ризик недоотримання планового прибутку буде мінімальним. Тобто сформований асортимент має забезпечити максимізацію прибутку.

Принцип рівномірного наростання виробництва або принцип рівномірності передбачає, що обсяги виробництва та збуту продукції постійні за часовими періодами або безперервно зростають. Ефективність асортиментної політики в цьому разі досягається за рахунок випереджаючого темпу зростання прибутку порівняно з темпом зростання обсягів збуту продукції.

Упровадження ефективної асортиментної політики дає змогу більш повно задовольнити попит споживачів на продукцію підприємства, забезпечити прискорення оборотності обігових коштів, запобігти накопиченню нереалізованої продукції та пов'язаних із цим фінансових втрат підприємства.

Висновки з проведеного дослідження. Зважаючи на специфіку вітчизняних виробничих підприємств, можна виділити три основні напрями впливу асортиментної політики виробничого підприємства на процеси його функціонування та розвитку: задоволення попиту на продукцію підприємства, досягнення стратегічних цілей підприємства, розроблення стратегії перспективного розвитку підприємства. Таким чином, у сучасних умовах господарювання управлінські рішення щодо оптимізації асортименту такого підприємства мають враховувати особливості задоволення споживчого попиту, потреби виробництва, специфіку реалізації продукції та забезпечувати підвищення фінансового результату.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Близнюк С.В. Стратегический маркетинг торговой фирмы. К., 2010. 119 с.
2. Дима О.О. Маркетингова товарна політика посередницького підприємства: монографія. К.: КНЕУ, 2015. 431 с.
3. Котлер Филип, Гари Армстронг, Джон Сондерс, Вероника Вонг. Основы маркетинга. 2. европ. изд. [Пер. с англ.]. М.: Издательский дом «Вильямс», 2006. 943 с.
4. Щербак В.Г., Холодний Г.О. Управління торговою маркою в механізмі товарної інноваційної полі-

тики підприємства: монографія. Х.: Вид. ХНЕУ, 2013. 252 с.

5. Малхотра Н.К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство. М.: Издательский дом «Вильямс», 2016. 1184 с.

6. Касич А.О., Марченко К.О. Асортиментна політика підприємства: мета, завдання, моделі. «Ефективна економіка», 2018. № 6. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6387>. (дата звернення: 21.07.2019)

REFERENCES:

1. Bliznjuk, S.V. (2010), Strategicheskij marketing tovgovoj firmy [Strategic marketing of a trading company], Kyiv. (in Ukrainian).
2. Dyma, O.O. (2015), Marketynhova tovarna polityka poserednytskoho pidpryemstvav [Marketing commodity policy of the intermediary enterprise]. KNEU. Kyiv. (in Ukrainian).
3. Filip Kotler, Gari Armstrong, Dzhon Sonders and Veronika Vong (2006), Osnovy marketinga [Fundamentals of Marketing], 2nd.ed., Izdatel'skij dom «Vil'yams», Moscow.
4. Shcherbak, V. H. and Kholodnyi, H.O. (2013), Upravlinnia torhovoioi markoioi v mekhanizmi tovarnoi innovatsiinoi polityky pidpryemstva [Managing the trade mark in the mechanization of commodity and innovation policies]. Vyd.KhNEU. Kharkiv.
5. Malhotra N.K. (2016). Marketingovyye issledovaniya. Prakticheskoye rukovodstvo [Marketing research. A practical guide]. M.: Izdatel'skiy dom «Vil'yams». (in Ukrainian).
6. Kasych, A.O. Marchenko K.O. (2018). Asortymentna polityka pidpryemstva: meta, zavdannya, modeli. [Assortment policy of the enterprise: purpose, tasks, models]. Efektyvna ekonomika. Available at : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6387>. (accessed 21 July 2019).

Ovsak Oksana

Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Economics
and Business Technologies
National Aviation University

Nazarenko Oleksandra

Assistant Lecturer at Department of Economics
and Business Technologies
National Aviation University

Zelins'kyi Volodymyr

Student
National Aviation University

FEATURES OF PRODUCTION ENTERPRISE' ASSORTMENT POLICY FORMATION

The purpose of the article. Managing a manufacturing enterprise assortment is considered to be one of the most difficult processes in its commercial activity, taking into account the existing features of such an enterprise. There is the task of directing the optimal assortment structure of the manufacturing enterprise, its product offer. Important conditions are both the consumer requirements of market segments and the need to ensure the most efficient use of raw materials, technology, financial and other resources by the enterprise. The article is devoted to the systematization of the main features of the production enterprises' assortment policy formation in modern economic conditions.

Methodology. The survey is based on investigation of the processes of functioning and development of the production enterprise, the relationship of its assortment policy, production program, utilization of production capacity of the enterprise, sales of products and financial result from the activity.

Results. If we systematize the impact of the production enterprise' assortment policy on the processes of its functioning and development, it is possible to distinguish three main directions. The first direction is related to the consequences of meeting consumer demand for the enterprise' production. The second – presents the results of achieving the enterprise' strategic goals: ensuring the formation of the enterprise' production program, updating manufactured products, ensuring the achievement of high financial results, the most complete utilization of production facilities, ensuring the high quality of manufactured products, improving the competitiveness of the enterprise, maintaining and developing relationships with traditional consumers of enterprise products.

Manufacturing enterprise' effective assortment policy also influences the formation of its prospective development strategy, as it defines enterprise' new production goals, manufacturing of products with high potential demand in the future, provides differentiation in products' manufacturing with penetration into new markets or their segments, ensuring growth of financial results.

The formed assortment is an input parameter of the enterprise production program development, which forms a system of tasks for production volumes, use of production capacities, working capital, personnel and other resources. When forming an assortment the issues of pricing, reduction of commercial risks, quality assurance, provision of guarantees, service are solved.

Practical implications. It has been determined that in today's economic conditions, management decisions to optimize the range of production enterprise should take into account the peculiarities of meeting consumer demand, production needs, specificity of sales and to improve the financial result.

Value/originality. Three main directions of influence of production enterprise' assortment policy on processes of its functioning and development are identified: meeting consumer demand for the enterprise' production, achievement of strategic goals of an enterprise, formation of an enterprise' long-term development strategy. The formation of the assortment policy of a manufacturing enterprise should be based on the principles of systematicity, production volumes' optimization, profit maximization, the principle of uniform growth.