Гнідаш Марія Олександрівна, здобувач

Сумський національний аграрний університет, м. Суми

**ОСНОВНІ ЕТАПИ ОПТИМІЗАЦІЇ ТОВАРНОГО АСОРТИМЕНТУ ПЕРЕРОБНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Сучасна ринкова економіка характеризується жорстким рівнем конкурентної боротьби. І переробна галузь не є виключенням. Підприємства цієї галузі конкурують між собою за споживача та можливості отримання прибутку так само, як і підприємства всіх інших галузей. Одним з чинників зміцнення конкурентоспроможності переробних підприємств є формування оптимального товарного асортименту, що задовольнятиме існуючі потреби споживачів та одночасно забезпечуватиме прибутковість діяльності підприємства. Смаки та уподобання є основними чинниками розвитку ринку. Потреби визначають які саме продукти харчування слід виробляти підприємству, щоб забезпечити собі міцний рівень конкурентоспроможності.

Вдало розроблений товарний асортимент в умовах сьогодення є стрижневим чинником успіху для переробних підприємств. Якісний і збалансований асортимент товарів задовольняє потреби споживачів, посилює конкурентні переваги переробного підприємства та забезпечує прибутковість його діяльності. Отже формування товарного асортименту підприємства є важливим завданням сучасних переробних підприємств.

На основі вивчення потреб споживачів кожним підприємством переробної промисловості формується асортиментна політика, яка є важливим інструментом та частиною маркетингової політики підприємства у зміцненні конкурентоспроможності.

Асортиментна політика – це процес планування, розробки, систематичного удосконалення та управління товарним асортиментом підприємства, в тому числі й підприємства переробної промисловості.

Головним завданням асортиментної політики підприємства є визначення номенклатури та асортименту товарів, які користуються попитом на ринку, при цьому асортиментна політика повинна відповідати стратегічним та тактичним цілям підприємства переробної промисловості [1, 2].

На рис.1 представлено послідовність формування товарного асортименту для молокопереробного підприємства.

Аналіз наявного товарного асортименту з використанням пропонованих в літературі методів аналізу

Аналіз внутрішніх чинників формування товарного асортименту

Покращення якості та інших властивостей існуючих товарів

Розробка заходів з оптимізації товарного асортименту

Розробка та виведення на ринок нових товарів

Аналіз зовнішніх чинників формування товарного асортименту

Зняття з виробництва товарів, що не користуються попитом

Формування оптимального складу товарного асортименту

Рисунок 1 - Послідовність формування товарного асортименту для молокопереробного підприємства

*Джерело:* розроблено автором.

Оптимальність складу та потенціал своєчасного оновлення асортименту товарів обумовлює не лише рівень задоволення попиту споживачів та їх витрати на купівлю товарів, а й кількісні та якісні показники функціонування підприємства. Відповідно, критерієм оптимальності та ефективності товарного асортименту є максимальне задоволення попиту споживачів при мінімальних затратах часу на пошук та здійснення покупки і забезпечення найбільш ефективної господарської діяльності підприємства.

**Література:**

1. Проскурович О.В., Рудь В.Ю. Моделювання асортиментної політики на підприємстві переробної промисловості. *Вісник Хмельницького національного університету.* 2020, № 5. С.165-174.
2. Синиціна Ю.П., Гунько Д.Ф. Моделювання системи асортиментної політики промислового підприємства. *Ефективна економіка*. 2014. №5. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3032> (дата звернення 23.09.2023р.)