

Посилення конкурентної позиції підприємства за рахунок вдосконалення асортиментної політики

Ольга Грюнвальд, Олена Кутас

Національний університет харчових технологій

Вступ. Формування оптимального асортименту, який сприятиме оптимізації прибутку, збереженню бажаного рівня прибутковості на тривалий період, є дуже актуальним для підприємств, що прагнуть бути конкурентоспроможними.

Матеріали і методи. Під час роботи використано результати досліджень провідних вітчизняних і зарубіжних вчених. Теоретичною основою положень роботи є методологія і загальнонаукові принципи проведення комплексних досліджень. Для досягнення поставленої мети використовувалися традиційні методи дослідження: прийоми аналізу та синтезу, економіко-математичний, порівняльний тощо, а також система емпіричних методів.

Результати. Асортиментна політика – один з головних напрямів діяльності підприємства. Вона займає важливе місце в підвищенні конкурентоспроможності, оскільки саме товар, його якість, оптимальний асортиментний набір впливають на конкурентні позиції та успіх підприємства.

Результати дослідження підтверджують значущість розробки якісно сформованої асортиментної політики за рахунок постійного оновлення асортиментного ряду продукції, модифікації устаткування, пошуку нових цільових сегментів задля підвищення конкурентоспроможності підприємства. Для отримання найкращих результатів діяльності підприємству потрібно систематично проводити дослідження, пов'язані з вивченням повноти асортименту, перспектив розвитку товарів.

Дослідження виконано на матеріалах ПАТ «Оболонь», що є лідером на ринку України з виробництва пива, мінеральних вод, безалкогольних та слабоалкогольних напоїв. Ми розглянули асортимент продукції, що випускає досліджуване підприємство, його товарний портфель, а також визначили фази життєвого циклу основних видів продукції. Було виконано і аналіз пивобезалкогольної галузі України та конкурентної позиції ПАТ «Оболонь».

Було визначено, що дане підприємство має необхідну продукцію у привабливих галузях, що приносять прибуток, баланс у видах продукції, що розвиваються та спадають, а виробництво пива як головний напрямок діяльності підприємства є достатньо прибутковим і перспективним. Завдяки своїм розмірам та збалансованості продуктової портфелю ПАТ «Оболонь» в змозі згладити сезонні та інші коливання бізнесу.

Після проведеного аналізу асортиментної політики досліджуваного підприємства ми визначили можливі напрями її вдосконалення. Аналіз також дозволив визначити основні шляхи підвищення раціональності структури асортименту продукції ПАТ «Оболонь». Такими шляхами є введення у виробництво нового високорентабельного виду пива, збільшення обсягів випуску високорентабельних сортів пива, використання інтегрованих маркетингових комунікацій в місцях продажу для просування рентабельних видів пива.

Висновки. Асортиментна політика підприємства передбачає формування товарного асортименту, який якнайкраще підходить для роботи на обраному ринку та забезпечує економічну ефективність діяльності підприємства. Асортиментна політика встановлює зв'язок між вимогами ринку, з одного боку, та намірами і можливостями підприємства – з іншого.