

Чайка І.В., студент 4-го курсу напряму підготовки 6.030507 «Маркетинг»,

к.е.н., доц. Крайнюченко О.Ф.

Національний університет харчових технологій

ХАРАКТЕРИСТИКА МЕТОДІВ ДОСЛІДЖЕННЯ ТОВАРНОГО АСОРТИМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА

Одним із пріоритетних напрямів маркетингових досліджень є дослідження продукту, оскільки, саме вивчення власного товару, його переваг над конкурентами, надають можливість покращення виробництва, зменшення витрат і досягнення кінцевої мети кожного підприємства – отримання максимального прибутку. Потрібно вміти досліджувати асортиментний портфель підприємства – виділяти кращий товар і вдосконалювати гірший. Тому що треба максимально задовольняти потреби споживачів, збільшувати попит на власний товар шляхом його розробки, покращення та просування. Саме вивчення структури асортиментного портфеля різними методами надає таку можливість.

На даний час існує досить багато способів аналізу товарного асортименту (більше 20). Тому було виокремлено найбільш поширені та відомі методи.

Одними з таких методів є методи АВС- і XYZ - аналізу , метод Дібба – Сімкіна, матриця БКГ [1] (класична, модифікована, адаптована), а також може бути використаний рейтинговий аналіз, методика якого була запропонована викладачами кафедри маркетингу НУХТ. Кожен із вище перерахованих методів має свої переваги та недоліки, тому варто використовувати при дослідженні асортименту не один, а декілька методів, для отримання максимально достовірного результату.

Метод АВС-аналізу передбачає визначення для кожної товарної групи, її ролі і місця в торгово-технологічному процесі на основі врахування специфічних особливостей товарних груп , а також за ступенем їх важливості для споживачів. В основу цього методу було покладено принцип Паретто (20/80). Даний метод полягає в тому, що товари об'єднують у три групи ,

критеріями віднесення до яких є ставлення споживачів, маркетингові характеристики, а також роль у формуванні прибутку, місце в торгово-технологічному процесі і ряд інших ознак. Результатом ABC-аналізу є групування об'єктів за ступенем впливу на загальний результат.

Основна ідея XYZ-аналізу полягає в тому, що об'єкти аналізу групуються за мірою однорідності аналізованих параметрів (за коефіцієнтом варіації). Даний метод аналізу товарного асортименту використовується при кількості аналізованих періодів більше трьох. Чим їх більше, тим точніше будуть результати.

Переваги методів ABC- і XYZ-аналізу – простота, точність і наочність, можливість автоматизації. Недоліками обох методів є те, що вони не дозволяють забезпечити правильність висновків при побудові складного, слабо структурованого товарного асортименту.

Матриця Бостонської Консалтингової Групи (БКГ) являє собою добре відомий інструмент аналізу, давно і ефективно використовується в практичній діяльності. Метою використання даного методу є визначення базового підходу до управління товарними групами. Базових параметрів при складанні матриці БКГ два – частка ринку щодо конкурентів і зростання самого ринку.

Коли на практиці через відсутність необхідних даних не можна побудувати класичну матрицю БКГ, на підставі внутрішньої інформації компанії будується адаптована матриця [1].

Одним з головних плюсів матриці БКГ є її простота. Вона ефективна при виборі стратегічних позицій і при розподілі ресурсів на найближчу перспективу. Проте є у цього методу і суттєві недоліки. Він не враховує можливість знаходження асортиментних груп у різних фазах розвитку життєвого циклу; використовуваних показників має бути достатньо для того, щоб визначити міцність конкурентних позицій компанії. Крім того, використання цього методу засноване на припущеннях, яким далеко не завжди відповідає реальна ситуація. Можна зробити висновок про те, що матриця БКГ призводить до сильного спрощення складного процесу прийняття рішень, і на

практиці зустрічається велика кількість ситуацій, коли використання даного методу є практично неможливим [2].

Іншим досить поширеним методом проведення аналізу асортименту є метод Дібба-Сімкіна. Він застосовується для того, щоб розділити товари на чотири групи з метою визначення напрямів розвитку товарних груп і пошуку шляхів оптимізації асортименту. Критеріями розподілу є обсяг продажів у вартісному вираженні і фінансовий внесок у покриття витрат. При всій простоті й ефективності даному методу також притаманні недоліки, у тому числі подібні з деякими із недоліків ABC- аналізу.

Рейтинговий аналіз є досить молодим методом, але заслуговує на увагу. В основу цього методу покладено порівняння величин рейтингів рентабельності та питомої ваги випуску. В результаті даного аналізу товарний асортимент розбивається на 4 групи. Метод рейтингового аналізу товарної номенклатури дає можливість формувати оптимальний та конкурентоспроможний асортимент продукції; визначити як найперспективніші номенклатурні позиції для зосередження на них основних ресурсів і заходів, так і слабкі позиції, які слід удосконалити чи взагалі зняти з виробництва. Результати є подібними до методу Дібба-Сімкіна, але вони є актуальними при формуванні маркетингових стратегій для окремих асортиментних груп та позицій.

Таким чином, всім найбільш поширеним методам аналізу товарного асортименту притаманні не тільки переваги, але і недоліки. Тому для забезпечення максимальної ефективності аналізу необхідно вибрати ті з них, які найбільшою мірою враховують специфіку конкретної ситуації.

Література:

1. Смольянина А. Методы анализа ассортиментного портфеля организации / А. Смольянина // Библиотека бесплатных вебинаров ITEAM/ – Режим доступа: http://www.iteam.ru/publications/marketing/section_28/article/.

2. Практичні аспекти застосування матриці Бостонської Консультативної групи / О.Ф. Крайнюченко, Т.Г. Белова, Т.В. Гаврилова // Наукові праці НУХТ. – 2012. – №45. – С.150–154.

Добрый день , Чайка І.В., Крайнюченко О.Ф. Ваша работа принята!

Регистрационный номер: 150658

Название секции: ЭКОНОМИКА. Маркетинг и менеджмент

Авторы: Чайка І.В., Крайнюченко О.Ф.

Название работы: ХАРАКТЕРИСТИКА МЕТОДІВ ДОСЛІДЖЕННЯ
ТОВАРНОГО АСОРТИМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА

Почтовый индекс: 04050

Почтовый адрес: вул. Білоруська 30, кв. 15, м. Київ

Получатель: Крайнюченко О.Ф.

Название журнала(конференции): Актуальные научные разработки

Реквизиты для оплаты: Получатель: Видавництво Наука і освіта , р/с
26006050202480 в КБ Приватбанк , г.Днепропетровск , МФО 305299 , ОКПО

24430308 Адрес получателя: 49000 , Украина , г.Днепропетровск , ул.

Бердянская 61б

Сумма к оплате: **48 украинских гривен**

Не оплаченные работы не печтаются , **не забудьте в назначении платежа
указать фамилии авторов.**