

ПРОБЛЕМЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ АССОРТИМЕНТА ПРОДУКЦИИ

Федечко К. А., студент
Научный руководитель – Добрыдень Н. В.,
ассистент каф. бухгалтерского учета
Полесский государственный университет
г. Пинск, Республика Беларусь

Ассортимент – это группа товаров, выполняющих схожие функции, предназначенных одним и тем же клиентам в определенном ценовом диапазоне через однотипные торговые заведения [1, с. 215].

Суть проблемы оптимизации ассортимента состоит в целесообразном планировании всех видов деятельности, направленных на отбор продукции для будущего производства и реализации на рынке и на приведение характеристик данной продукции в соответствие с требованиями потребителей.

Для устранения данной проблемы следует решить следующие задачи – увеличение объемов реализации и прибыли от реализации продукции. Для этого необходимо: увеличить долю рынка; расширить номенклатуру продукции; расширить клиентскую базу; изменить структуру в целом отдела продаж. Также можно применить следующие меры экономического стимулирования: предоставление гибкой системы скидок; установление приемлемых для покупателя сроков и форм расчетов; предложение покупателям широкого ассортимента продукции; участие покупателей в коммерческой деятельности организации.

Таким образом, вышеперечисленные мероприятия по оптимизации ассортимента, могут способствовать увеличению эффективности ассортиментной политики, так как совершенствование ассортимента приведет к сокращению издержек, а так же увеличит прибыльность ассортимента и предприятия в целом.

Список литературы

1. Маслова, Т. Д. Маркетинг: учеб. пособие / Т. Д. Маслова, С. Г. Божук, Л. Н. Ковалик. – СПб: Питер, 2008.– 448 с.