

А.А. ВАРАВА, канд. екон. наук, А.А. АРУТЮНЯН, магістрант,  
Криворізький національний університет

## СУЧАСНІ МЕТОДИ АНАЛІЗУ ТОВАРНОГО АСОРТИМЕНТУ

Особливістю сучасного розвитку на основі ефективної асортиментної політики системи внутрішньої торгівлі України є висока динаміка організаційно-структурних змін і формування нових моделей. Відповідно, є актуальним питання обґрунтування підстав їх прискореного розвитку й товарного забезпечення в різних форматах мереж роздрібною торгівлі на основі ефективної асортиментної політики.

Вітчизняні торгові мережі не відповідають загальним функціям, що діють у сучасних форматах мереж торгівлі, через орієнтацію управління асортиментом товарів на традиційні типи магазинів. В провідних країнах такі торгові структури мають тенденцію до активного розширення через свою ефективність, коли на українському ринку такі структури тільки набувають популярність. Через появу даних організаційних структур на українському ринку необхідно дослідити існуючі погляди до трактування поняття “торгівельна мережа” та обґрунтувати теоретичні підходи до визначення її сутності.

Сутністю поняття “мережа” є “сукупність однорідних організацій і закладів”. Згідно з ДСТУ 4303:2004 “Роздрібна та оптова торгівля. Терміни та визначення понять”, роздрібна торговельна мережа – це сукупність стаціонарних, тимчасових та пересувних торговельних об’єктів, а також аптеки для організування роздрібною продажу товарів, пунктів дистанційного продажу товарів, а також пунктів ремонту предметів особистого користування і домашнього вжитку, не пов’язаного з виробництвом цих виробів [1].

Аналіз закордонного досвіду розвитку роздрібною торгівлі дозволив сформулювати загальні напрямки вдосконалення торговельного обслуговування, розробка форматів роздрібною торговельної мережі є одним з них.

Класифікація можлива на основі таких інтегральних показників, як місце розташування, товарна спеціалізація, розмір торговельної площі, характер процесу обслуговування, номенклатура послуг, типовий набір торговельно-технологічного устаткування, форма продажу товарів, кількість брендovаних товарів, рівень цін, сегмент покупців [2].

Стабільність роботи торговельної мережі в умовах конкуренції залежить від здатності задоволення потреб споживачів, що передусім пов’язано із обраною асортиментною політикою, формуванням оптимального товарного асортименту та управлінням цими процесами. Споживачі висувають підвищені вимоги до товару, і від ефективності роботи підприємства з асортиментом залежать всі економічні показники організації та стабільне місце на ринку.

Показники асортименту – це вираження його властивостей. Розрізняють наступні основні властивості асортименту товарів: структура, глибина, новизна, широта, стійкість, ступінь відновлення, раціональність, повнота, гармонійність.

Структура асортименту - це співвідношення груп, підгруп, видів і різновидів товарів в асортименті магазину. Структура асортименту вважається раціональною у тому випадку, якщо набір товарів найкращим чином задовольняє потреби споживачів.

Основні методи аналізу товарного асортименту: ABC- і XYZ-аналіз; метод оцінки продуктового портфеля Дібба-Сімкіна; матриця “Товар-ринки” за І. Ансофом; Матриця “Маркон”; або McKinsey; матриця Boston Consulting Group (BCG), матриця General Electric (GE), адаптована BCG; метод аналізу життєвого циклу товару та ін..

Таким чином, асортиментна політика торговельної мережі є сукупністю стратегій, принципів і методик, що формують оптимальним асортимент продукції підприємства, з урахуванням підвищення ефективності діяльності підприємства.

### Список літератури

1. Національний стандарт України. ДСТУ 4303:2004. Торговля роздрібна та оптова. Терміни та визначення понять. – Київ, 2005. – 30 с.
2. **Соболев В. О.** Дослідження класифікації типів та форматів роздрібних торговельних підприємств / **В. О. Соболев** // Вісник ДонНУЕТ. – 2008. – № 4. – С. 166-174.