**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**
**ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**
**НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ПРИКЛАДНОЇ ЕКОНОМІКИ І МЕНЕДЖМЕНТУ ім. Г. Е. ВЕЙНШТЕЙНА**

# ТЕЗИ

# ІІІ ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ СТУДЕНТСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ «АКТУАЛЬНІ АСПЕКТИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ: ПОГЛЯД МОЛОДІ»

**6 – 7 КВІТНЯ 2021 р.**
**м. Одеса**

НТБ ОНАХТ

# ОСОБЛИВОСТІ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ НА СУЧАСНИХ ТОРГІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

**Кошкіна М.Ю., студ. СВО «Бакалавр», ф-ту ММіЛ**
**Науковий керівник – ст. викладач Левчук Ю.С.**
**Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса**

Асортиментна політика займає найважливіше місце в товарній політиці промислового підприємства. Грамотно складений асортимент товарів та послуг дозволяє отримати підприємству максимально можливий прибуток з них.

На даний момент немає певного поняття, що таке асортиментна політика. Але є дуже багато поглядів і визначень для цього терміну з різних точок зору.

Таблиця 1 – Сучасні визначення «асортиментної політики»

| Автор | Визначення |
|---|---|
| О.М. Азарян, В.В. Снегірьова | Асортиментна політика – наявність заздалегідь обмірковані принципів, зав дяки яким забезпечувалась би послідовність рішень та заходів в сфері формування асортименту |
| А.Н. Міщенко | Асортиментна політика – це система поглядів на розвиток асортименту. |
| С. В. Захаров | Асортиментна політика – це стратегічне формування товарного асортименту підприємства, а також управління та підтримка існуючих товарних груп. |
| Л.Л. Данілова | Зміст асортиментної політики полягає в тому, щоб у даний момент часу набір товарів, який пропонується підприємством, оптимально відповідав потребам споживачів |
| Г. Л. Багієв | Асортиментна політика – це важлива складова товарної політики, яка визначає оптимальний набор товарних груп, підгруп, видів, марок, а також встановлює оптимальне співвідношення між моделями та їх модифікаціями. |

*складено автором на основі [1]

Підбір, планування та регулювання асортименту товарів базується на таких принципах:

1. Відповідності структури попиту споживачів району діяльності підприємства.
2. Комплексності задоволення попиту споживачів у межах вибраної ніші сегмента споживчого ринку.
3. Забезпечення потрібної широти, глибини та сталості асортименту.
4. Забезпечення умов для отримання цільового розміру прибутку.

До основних цілей асортиментної політики можна віднести:

1. Збільшення обсягів реалізації за рахунок оптимізації структури асортименту.
2. Вихід на нові ринки.
3. Збільшення оборотності товарних запасів.
4. Зниження витрат, пов'язаних із структурою асортименту.
5. Досягнення конкурентної переваги за рахунок більш привабливого асортименту.

Формування асортименту товарів, що реалізуються торговим підприємством передбачає проведення таких етапів роботи:

1. Визначення переліку основних груп та підгруп товарів, що реалізуються, виходячи з обраної товарної спеціалізації підприємства та потреб його потенційних споживачів.
2. Розподілу окремих груп та підгруп товарів між споживчими комплексами постійного та сезонного характеру. При проведенні цієї роботи слід врахувати розмір торгової площі підприємств, а також спеціалізацію підприємств-конкурентів, розташованих у районі діяльності цього підприємства, особливо вузькоспеціалізованого.
3. Визначення кількості видів та різновидів товарів у межах окремих споживчих комплексів, тобто глибини товарного асортименту. Основою для проведення цієї роботи є розмір торгової площі та стан пропозиції товарів на регіональному споживчому ринку.
4. Розробка конкретного асортиментного переліку товарів, що пропонуються до реалізації контингенту покупців, який обслуговує підприємство.

Формування асортиментної політики відбувається з урахуванням цілого ряду факторів: стан попиту та очікування споживачів, технологічні можливості підприємства, наявність аналогів товарів на ринку збуту і т.п.

Тому можна виділити такі проблеми управління асортиментом:

- потреби покупців швидко змінюються, тому підприємство вимушене постійно оновлювати свій асортимент, що підвищує вимоги до техніко-технологічної бази;
- на підприємствах не налагоджена система управління асортиментом через складність прогнозування зміни попиту споживачів і відсутність методик оптимізації асортименту;
- відсутні чіткі критерії та інструменти формування оптимального асортименту підприємств;
- жорстка конкуренція призводить до того, що нова продукція не встигає окупити інвестиції в її виробництво та просування.

Також основними проблемами при розробці асортиментної політики є: інновації, забезпечення конкурентоздатності товару, оптимізація товарного асортименту, товарна марка, створення ефективної упаковки, життєвий цикл товару, позиціонування товару на ринку. При формуванні асортиментної політики також доречно враховувати, що товари можуть розрізнятися за видом

та періодом використання, функціональним призначенням, надійністю, зручністю використання, обслуговуванням, гарантією і т.п.

**Література:**

1. А. В . Троян, Особливості асортиментної політики підприємства в сучасних умовах господарювання // Ефективна економіка. - 2014. - №1.
2. В.С. Марцин Економіка торгівлі . - 2-е изд. Знання, 2008.

## ГОТЕЛЬНИЙ БІЗНЕС УКРАЇНИ ПІД ЧАС ПАНДЕМІЇ КОРОНОВІРУСУ

**Полоус Д.Т. студ. СВО «Магістр» факультету ММіЛ**
**Науковий керівник - к.е.н., доц. Дьяченко Ю.В.**
**Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса**

Пандемія короновірусу значною мірою вплинула на розвиток економіки всього світу. За даними державної служби статистики України, обсяг реалізованих послуг **підприємствами галузі тимчасового розміщування та організації харчування у 2020 році склав** 5006926 тис. грн, що на 41 % менше у порівнянні з докарантинним 2019 роком (рис.1). У зв'язку із карантинними обмеженнями, особливих збитків зазнав і готельний бізнес - у 2019 році обсяг наданих послуг з тимчасового розміщення складав 2419969,7 тис. грн, а у 2020 році він зменшився на 48,5% та складав вже 1245561,5 тис. грн [1].

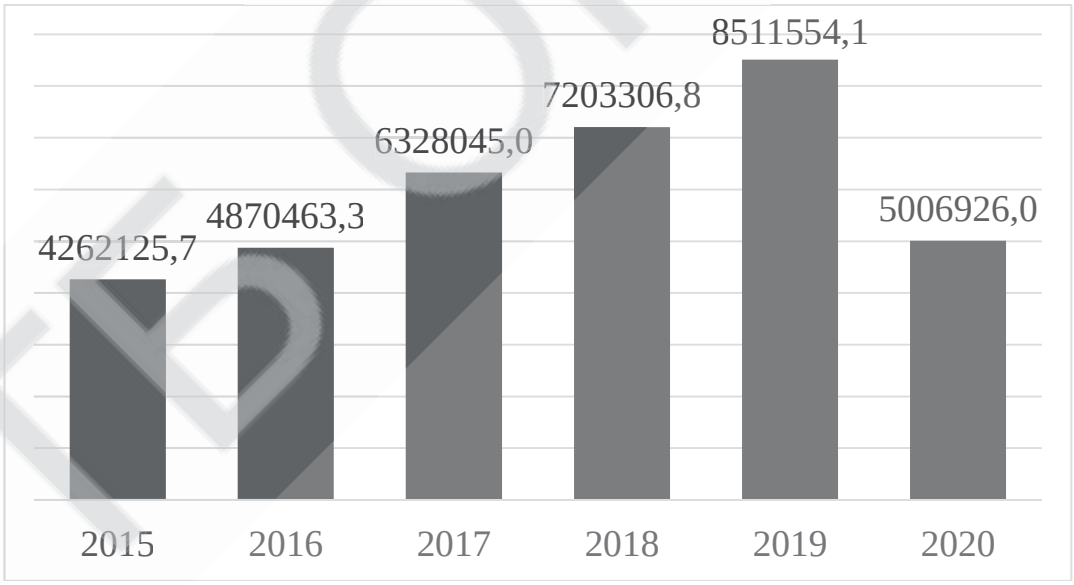


Рис. 1- Динаміка обсягів реалізованих послуг підприємствами галузі тимчасового розміщування та організації харчування, тис. грн.

Якщо у закладів організації харчування була змога перелаштуватися в період карантину та працювати на виніс або здійснювати доставку, то у готелів такої можливості не було і вони поступово припиняли роботу. Великі міжнародні та українські оператори (Inter Continental Kyiv, Radisson Blu Hotel, Park Inn by Radisson Kyiv Troyitska, об'єкти Ribas Hotels Group та ін.) та

74. ОСОБЛИВОСТІ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ НА СУЧАСНИХ ТОРГІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ 156
Кошкіна М.Ю., студ. СВО «Бакалавр», ф-ту ММіЛ
Науковий керівник – ст. викладач Левчук Ю.С.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

75. ГОТЕЛЬНИЙ БІЗНЕС УКРАЇНИ ПІД ЧАС ПАНДЕМІЇ КОРОНОВІРУСУ 158
Полоус Д.Т. студ. СВО «Магістр» факультету ММіЛ
Науковий керівник - к.е.н., доц. Дьяченко Ю.В.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

76. ОСОБЛИВОСТІ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ 161
Ніколенко Н.В., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ІТХіРГБ група ГРС-202
Науковий керівник – к.е.н., доц. Колеснікова К.С.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

77. ФОРМИ ФАСИЛІТАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНОГО МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА 164
Бархам Д.А., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ІТХіРГБ
Науковий керівник – к.е.н., ст. викл. Бондар В.А.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

78. СИСТЕМА СТРАТЕГІЙ ВИНОРОБНОГО ПІДПРИЄМСТВА 166
Духнич Е.В., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ
Науковий керівник – к.е.н., доц. Агеєва І.М.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

79. ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ПРОЦЕСАХ НАДАННЯ АДМІНІСТРАТИВНИХ ПОСЛУГ 167
Кирилова В.П. студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ
Науковий керівник – д.е.н., проф. Ніколюк О.В.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

80. БЕНЧМАРКІНГ ЯКОСТІ ЛОГІСТИЧНИХ ПРОЦЕСІВ КОМПАНІЙ-ПЕРЕВІЗНИКІВ 170
Садовська І.В., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ
Науковий керівник – ст. викладач Бренер О.Д.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

81. РОЗРОБКА СТРАТЕГІЧНИХ НАПРЯМКІВ РОЗВИТКУ ВИНОРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ 173
Русецька А.О., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ
Науковий керівник – к.е.н., доц. Агеєва І.М.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

82. ОПТИМІЗАЦІЯ ВАНТАЖНО-РОЗВАНТАЖУВАЛЬНИХ РОБІТ ПРИ ТРАНСПОРТУВАННІ ЗЕРНА 175
Курнік Б.В. студ. СВО “Бакалавр” ф–ту ММіЛ
Науковий керівник – к.е.н., доц. Дроздова В.А.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

НТБОНАХТ