

ВИКОРИСТАННЯ ЯКІСНИХ І КІЛЬКІСНИХ МЕТОДІВ ФОРМУВАННЯ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ ІТ-ПІДПРИЄМСТВА

Лисицький В.Л., Моргун Я.Ю.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»,
м. Харків*

Діяльність сучасного підприємства в умовах ринкової економіки вимагає досягнення і підтримки високого рівня конкурентоздатності підприємства та попиту споживачів на товари або послуги, які ним виготовляються. Для цього необхідно ефективно використовувати набір різноманітних підприємницьких та маркетингових рішень, зокрема, формування товарної політики підприємства [1].

Існує декілька груп методів формування товарної політики підприємства:

- 1) методи аналізу ринкової ситуації;
- 2) методи формування стратегії управління асортиментом;
- 3) концепція «4р» - product (товар), price (ціна), promotion (заохочування), place (розміщення);
- 4) методи визначення попиту;
- 5) методи розробки плану продажів.

Кожна група методів характеризується певними перевагами і недоліками [2].

Для зменшення впливу окремих негативних факторів можна об'єднати якісні методи, а саме, методи визначення попиту для формування асортименту продукції підприємства, і кількісні методи – методи розробки плану продажів для обчислення об'ємів виробництва продукції. Серед методів визначення попиту популярним є метод аналізу ієрархії.

Цей метод використовується для формування асортименту товарної політики (якісна складова). Для формування об'ємів виробництва обраної продукції (кількісна складова товарної політики) використовується симплекс-метод вирішення задачі лінійного програмування. Метою вирішення такої задачі є отримання максимального прибутку, враховуючи обмеження на існуючі ресурси підприємства.

Література:

1. Маркетинг у сферах діяльності: Навч. посібник / Під ред. д-ра екон. наук, проф. М. А. Нагапет'янца. — М. : Вузівський підручник, 2007.
2. Зотов В.В. Асортиментна політика фірми: Навч. посібник – М.: МЭСИ, 2009.