

**Д-р екон. наук Семенча І. Є., Соколова К. О.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**СУЧАСНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ АСОРТИМЕНТОМ ТОВАРІВ  
НА ПІДПРИЄМСТВАХ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ  
В ГЛОБАЛЬНОМУ ВИМІРІ**

У сучасних умовах глобалізації та стрімкого розвитку технологій, управління асортиментом товарів на підприємствах оптової торгівлі визначає успішність їх діяльності. Сучасний ринок оптової торгівлі стикається з численними викликами і змінами, що вимагають постійного аналізу та оптимізації управління асортиментом товарів на підприємствах. Зокрема, в умовах зростаючої конкуренції, стрімких змін споживчих уподобань та технологічного розвитку, ефективне управління асортиментом стає ключовим фактором успіху. Тому дане дослідження має на меті аналіз та систематизацію сучасних аспектів управління асортиментом товарів на підприємствах оптової торгівлі. Управління асортиментом є важливим процесом, оскільки вимагає врахування різноманітних факторів, таких як зміни в споживчому попиті, конкуренція, тенденції ринку та інновації [1].

Першою ключовою складовою сучасного управління асортиментом є аналіз попиту та ринкових тенденцій. Споживчі уподобання постійно змінюються, і підприємства повинні бути готові адаптувати свій асортимент відповідно до цих змін. Використання інструментів аналізу даних і Big Data дозволяє підприємствам отримувати інформацію про споживчі тенденції, що дозволяє прогнозувати попит та уникати зайвого залишку товарів.

Другим важливим аспектом управління асортиментом товарів є його гнучкість. Підприємства повинні бути здатні швидко реагувати на зміни у споживчих уподобаннях та ринковій кон'юктурі. Збалансований підхід до утримання основного асортименту та впровадження інновацій дозволяє забезпечити привабливість товарів для клієнтів.

Електронна комерція та онлайн-продажі є третім ключовим аспектом. Розвиток електронної комерції дозволяє підприємствам розширювати свій асортимент і привертати нових клієнтів. Використання онлайн-аналітики допомагає визначати ефективність асортименту в інтернет-просторі, а також пристосовувати його до попиту клієнтів.

Четвертою важливою складовою є співпраця з постачальниками. Стратегічні партнерства з надійними постачальниками гарантують якість товарів і дозволяють ефективно керувати ланцюжком постачань. Автоматизація процесів управління взаємодією з постачальниками спрощує і прискорює вирішення рутинних завдань.

П'ятою складовою є оптимізація логістики. Ефективна логістика дозволяє підприємствам оперативно реагувати на зміни попиту та забезпечує точну поставку товарів. Використання технологій Internet of Things (IoT) для відстеження руху товарів у ланцюгу постачань забезпечує їхню надійність та доступність [2].

У суспільно-політичному житті можна знайти приклади, коли аспекти управління асортиментом товарів на підприємствах оптової торгівлі стають об'єктом уваги та обговорень. Одним із таких прикладів є стратегія введення сучасних підходів до управління асортиментом у супермаркетах та оптових мережах в зв'язку з певними суспільними та економічними викликами. У багатьох країнах можна помітити збільшений інтерес суспільства та урядових інституцій до розвитку сталого асортименту в оптовій торгівлі. Сталість асортименту визначається не лише економічними вимогами, але і соціальними, екологічними та етичними аспектами.

Наприклад, у відповідь на зростаючий інтерес громадськості до екологічно чистого споживання та збільшення попиту на продукцію, яка відповідає екологічним стандартам, оптові мережі могли б впроваджувати стратегії, спрямовані на збільшення частки екологічно чистих товарів у своєму асортименті. Цей підхід може включати в себе впровадження нових стандартів для постачальників, зменшення використання упаковки та пластику, а також активну інформаційну кампанію для споживачів з метою підвищення усвідомленості щодо сталого споживання. Обговорення таких ініціатив на загальному суспільному рівні може сприяти впровадженню нормативних положень або отриманню підтримки від уряду для спеціальних програм. Це впливатиме на стратегії управління асортиментом товарів у сфері оптової торгівлі, дозволяючи враховувати не лише економічні, а й суспільні та екологічні аспекти при прийнятті рішень.

Таким чином, ефективне управління асортиментом товарів на підприємствах оптової торгівлі є не лише стратегічним інструментом, але і необхідною

умовою для стійкого розвитку та успіху на глобальному ринку. А підприємства, які ефективно проаналізують ринкові тенденції, вчасно впровадять інновації щодо управління асортиментом товарів і врахують соціальну та екологічну відповідальність, зможуть досягти конкурентної переваги та стати лідерами на ринку оптової торгівлі.

#### **Список використаних джерел:**

- 1 Могилова А.Ю., Шибун М.О. Управління асортиментом торгового підприємства. *Ефективна економіка*. 2020. № 6. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7939>.
- 2 Болотіна І.М., Семенець М.В. Розвиток стратегії просування товарів на зовнішній ринок. *Ефективна економіка*. 2022. № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9893>.

**Канд. екон. наук Стеблюк Н. Ф., д-р екон. наук Корнєєв М. В.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**ФОРМУВАННЯ ПОРТФЕЛЮ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЄКТІВ:**

**ЕКСПЕРТНА ТА ЙМОВІРНІСНА ОЦІНКА**

Інноваційний портфель організації чи підприємства може бути сформованим із різних проєктів: великих і малих; короткострокових та довгострокових; близьких до втілення і тільки розпочатих. Однак, кожен проєкт вимагає певного розподілу ресурсів, які можуть бути відшкодовані лише після його реалізації. Тому всі запропоновані інноваційні проєкти повинні бути диференційованими, щоб забезпечити ефективне використання вкладених коштів та врахувати існуючі ресурсні обмеження. Крім того, інноваційний портфель повинен мати певну структуру, що відповідає ресурсним можливостям підприємства.

Для аналізу портфелю інновацій доречно спочатку застосувати метод експертних оцінок, що є важливим засобом об'єднання формальних та неформальних засобів аналізу. Для кількісної оцінки кожного досліджуваного фактора використаємо апарат теорії нечітких множин. Це дозволить оцінити потрібні параметри у діапазоні відрізка  $[0; 1]$  дійсних чисел, а потім побудувати ймовірнісну Байєсівську мережу (Bayesian network) [1].