

МЕТОДЫ ФОРМИРОВАНИЯ АССОРТИМЕНТА ПАРФЮМЕРНЫХ ТОВАРОВ В ОАО «ГУМ»

Рынок парфюмерных товаров Республики Беларусь довольно специфичен, имеет свою структуру предложения и потребления, а также особенности покупательского спроса [1].

В ОАО «ГУМ» внедрена автоматизированная система учета, которая дает возможность контролировать выполнение договоров не только по общему объему, но и по развернутому ассортименту, качеству, комплектности, соблюдению транспортных условий, выполнению условий отгрузки, соблюдению расчетной дисциплины, по вопросам тары.

В ОАО «ГУМ» формирование ассортимента — это процесс подбора групп, видов и разновидностей товаров в соответствии со спросом населения с целью более полного удовлетворения его потребностей.

Формирование ассортимента парфюмерных товаров в ОАО «ГУМ» осуществляется с учетом воздействия следующих факторов: покупательский спрос; цена; наличие других розничных торговых предприятий в зоне деятельности.

Документом, служащим целям формирования ассортимента парфюмерных товаров в ОАО «ГУМ», является ассортиментный перечень.

Важнейшим принципом формирования ассортимента парфюмерных товаров является обеспечение его соответствия характеру спроса потребителей универсама. Товаровед ОАО «ГУМ», занимающийся закупкой парфюмерных товаров, заботится о достаточной глубине ассортимента.

На формирование ассортимента парфюмерных товаров в ОАО «ГУМ» влияние оказывают демографический состав обслуживаемого населения, уровень развития культуры, социальное обеспечение и уровень доходов.

В ОАО «ГУМ» ассортимент парфюмерных товаров ориентирован на покупателей со средним уровнем доходов. При формировании ассортимента парфюмерных товаров учитывается наличие магазинов-конкурентов, представленного в них ассортимента аналогичных товаров, уровня цен на товары, методов продажи, предлагаемых услуг и т.п.

Ассортимент парфюмерных товаров на рынке постоянно обновляется. Поэтому в ОАО «ГУМ» постоянно проводится работа по формированию спроса путем активного включения новых товаров в предлагаемый ассортимент.

При формировании ассортимента парфюмерных товаров в ОАО «ГУМ»:

- определяются источники и приемлемые формы снабжения с учетом определенного товароведом ассортимента;

- завоз парфюмерных товаров осуществляется в соответствии со спросом потребителей и установленным ассортиментным перечнем;
- величина единовременно доставляемой партии исчисляется товароведом с учетом имеющихся товарных запасов, объема среднедневной реализации и установленной периодичности завоза.

Таким образом, на формирование ассортимента товаров, реализуемых в ОАО «ГУМ», оказывает влияние ряд различных факторов. Для эффективной деятельности торговой организации является необходимым принятие стратегических решений при проведении мероприятий в области ассортиментной политики с обязательным учетом всех влияющих факторов.

Источник

1. *Зоткина, А. Н.* Особенности белорусского рынка парфюмерных товаров / А. Н. Зоткина // Социально-экономические и правовые аспекты развития России в XXI веке: риски и стратегии : материалы II Междунар. науч.-практ. конф., Воронеж-Орел, 21 марта 2021 г. / Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации (Орл. фил.), Воронеж. экон.-правовой ин-т, Белорус. гос. экон. ун-т. — Орел : Картуш, 2021. — С. 296–301.