

УДК 004.7:658.4

**Автоматизація визначення асортименту для оптового підприємства**

*Філь Н.Ю., Гавріш А.В.*

*Харківський національний автомобільно-дорожній університет, Харків*

В Україні відбувається насичення ринку товарами, переорієнтація на споживача. Жорстка конкуренція в корені змінила підходи до управління асортиментом товарів для оптового підприємства. Однак пряме копіювання досвіду розвинених європейських країн є неприйнятним.

В умовах нестабільності економіки для підвищення прибутку оптові підприємства прагнуть забезпечити собі конкурентні переваги за рахунок поліпшення обслуговування клієнтів. Глибокі перетворення в якості обслуговування клієнтів забезпечують оптимізація асортименту і товарних запасів, автоматизація обліку торгово-складських операцій, будівництво нових типів складів і впровадження логістичних систем руху товару.

Сьогодні вже очевидно, що пандемія коронавірусу матиме масштабні наслідки для економіки світу й України. Автоматизація управління асортиментом має забезпечувати стійке й ефективне функціонування оптового підприємства, враховувати специфічні особливості оптових підприємств і виклики навколишнього середовища.

Товарообіг і прибуток оптового підприємства залежить від правильної організації закупівельно-збутової діяльності та ефективності формування товарного асортименту підприємства.

Розглянемо фактори, які впливають на формування асортименту оптового підприємства: структура асортименту та кількість асортиментних одиниць.

На асортимент оптового підприємства має вплив зовнішнє та внутрішнє середовище оптового підприємства. Зовнішнє середовище оптового підприємства можливо поділити на непряме та пряме зовнішнє середовище. Непряме зовнішнє середовище це політична, економічна ситуація в країні та

світі. Пряме зовнішнє середовище формується постачальниками, покупцями оптового підприємства. На внутрішнє середовище оптового підприємства впливають формат підприємства, торгова площа та фінансові ресурси.

Щоб знизити вплив розглянутих факторів багато оптових підприємств перейшли у віртуальний простір. Електронна комерція вносить нові якісні елементи в сучасний бізнес, які сприяють: зростанню конкуренції; глобалізації сфер економічної діяльності; персоналізації взаємодії; скороченню каналів розповсюдження товарів; економії витрат. Пандемія коронавірусу та світова економічна криза прискорила процес переходу традиційних видів бізнесу в електронний.

Питання про розробку інструментарію автоматизації асортименту оптового підприємства в умовах швидкого розвитку Інтернет-простору є актуальним для великої кількості українських підприємств, оскільки рівень використання глобальної мережі для здійснення покупок в оптових магазинах має тенденцію зростання, серед споживачів. У всьому світі число людей, що використовують платформи електронної комерції для покупки споживчих товарів зросло на 8 відсотків. Майже 1,8 мільярда людей по всьому світу сьогодні роблять покупки он-лайн.

Отже, автоматизація визначення асортименту оптових підприємств забезпечить лідерство на ринку та допоможуть сконцентруватися на більш важливих, стратегічних напрямках роботи.

### **Література:**

- [1] О. В. Михайловська Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій та їх роль у «новій економіці» ХХІ століття / / Актуальні проблеми економіки. 2006. №10. сс. 159–169
- [2] А.В. Овчинникова, В.В.Матвеев, А.А. Норина, Математическая модель расчета оптимального количества ассортиментных единиц товарной категории // Вестник ЮУрГУ. Серия«Экономика и менеджмент». 2017. Т. 11, № 3. сс. 135–143. DOI: 10.14529/em170318.