

Для прийняття правильного маркетингового управлінського рішення необхідно врахування ризиків маркетингової діяльності підприємства, адже саме маркетинг є сполучним мостом між підприємством та споживачем, а маркетингова стратегія забезпечує ефективний розвиток компанії.

### **Література:**

1. Ілляшенко С.М. Інновації і маркетинг – рушійні сили економічного розвитку: [монографія] / за ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. Суми. Папірус, 2012. 536 с.
2. Лищенко М.О., Устік Т.В. Особливості управління маркетинговими ризиками на підприємстві як засіб покращення маркетингової інноваційної політики. Вісник ХНАУ ім. В.В.Докучаєва. Серія «Економічні науки». №1 . 2019. С.3-12
3. Старостіна А. О.. Кравченко В. А. Ризик-менеджмент: теорія та практика: Навч. посіб. К.: Кондор, 2004. 200 с.

## **НОМЕНКЛАТУРА ТОВАРНОГО ПРОПОНУВАННЯ ЯК КАТЕГОРІЯ ЗБУТОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА**

**Лищенко М.О., д.е.н., професор,  
Сумський національний аграрний університет  
[lm\\_1980@ukr.net](mailto:lm_1980@ukr.net), [margarita.lyshenko@snau.edu.ua](mailto:margarita.lyshenko@snau.edu.ua)**

Асортимент товарів визначає набір номенклатури позицій, які пов'язані між собою за різними критеріями – схожість виконуваних функцій, орієнтованість на один сегмент ринку або ж знаходження в одному ціновому діапазоні та ін., та які користуються попитом на ринку і забезпечують тим самим ефективну діяльність підприємства. Але досягнення цілей підприємства значною мірою залежить від ефективності асортиментної та номенклатурної політики підприємства, яка

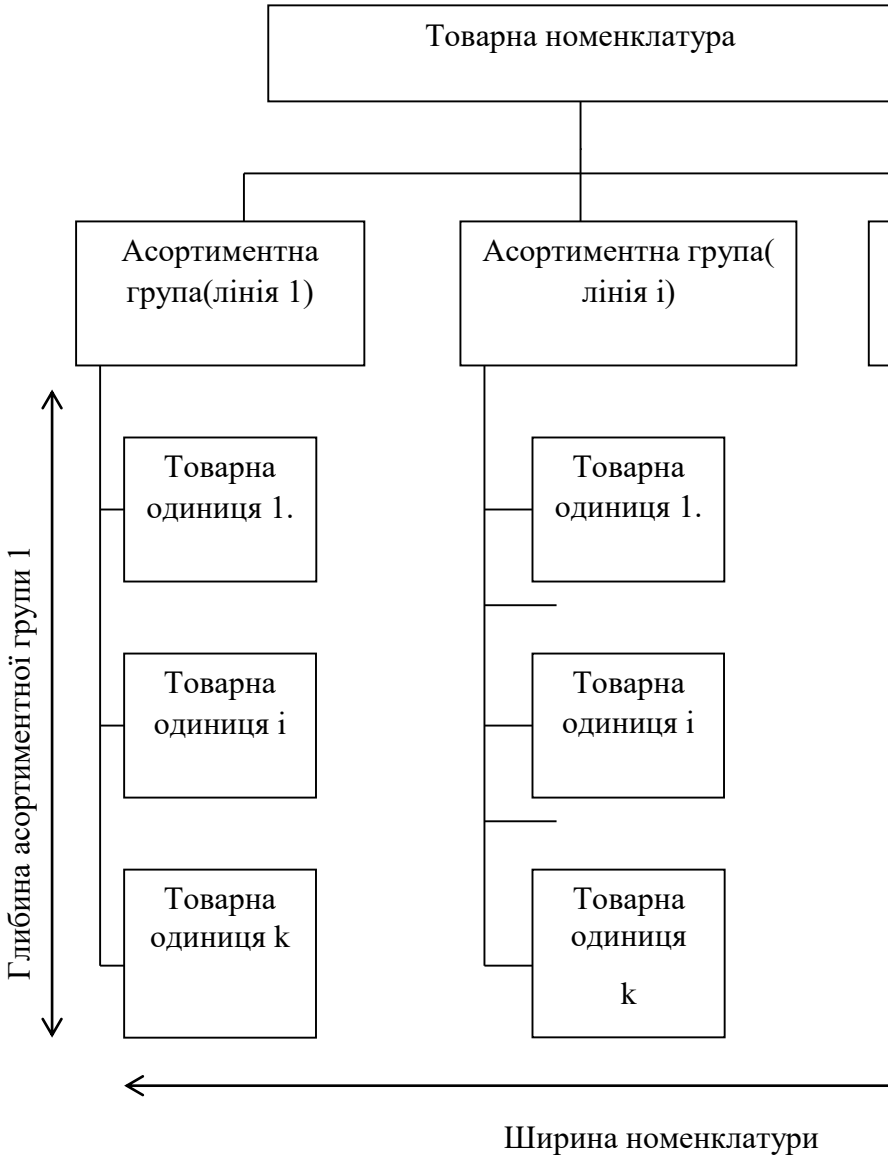
враховує підбір окремих видів та різновидів товарів, планування та регулювання асортиментної структури товарообороту та номенклатури товарів. Тому тема є актуальною в сучасних умовах. Товарна номенклатура - систематизований перелік усіх асортиментних груп і товарних одиниць, що виготовляються товаровиробником. Схематично товарна номенклатура підприємства представлена на рис. 1. До основних показників товарної номенклатури відносять:

- ширину номенклатури - кількість виділених за певними ознаками видів продукції, які виготовляє підприємство: наприклад, верстатобудівний завод виготовляє певні види металорізальних верстатів - токарні, свердлувальні, фрезерні;

- глибину - кількість товарних одиниць кожного з видів, наприклад: токарні верстати виготовляються трьох типорозмірів, виділених за максимальним діаметром і довжиною деталі, що обробляється;

- насиченість - характеризує загальну кількість товарних одиниць у номенклатурі продукції, наприклад: верстатобудівний завод загалом виготовляє 10 різних товарних одиниць: 3 - токарної групи, 4 - свердлувальної і 3 - фрезерної;

- гармонійність – характеризує рівень подібності товарів різних асортиментних груп (за призначенням, технологією виготовлення, характеристиками, методами збуту). Так, усі згадані верстати можуть реалізовуватися споживачам методом прямого збуту, тобто за методами збуту номенклатура продукції є гармонійною.



**Рис. 1. Структура номенклатури та її основні характеристики**

Аналогічні показники можуть бути застосовані для аналізу товарного асортименту, який є частиною товарної номенклатури. Рішення про формування товарного асортименту і товарної номенклатури приймають з огляду на ситуацію, що склалася на ринку, загальноекономічну і маркетингову стратегію підприємства, його ресурсні можливості.

Однозначні рекомендації щодо того, яким повинен бути товарний асортимент і товарна номенклатура, дати важко, однак можна виділити певні закономірності. Широкий і глибокий асортимент продукції, яка орієнтована на запити різних груп споживачів, збільшує адаптаційні можливості підприємства до змін ситуації на ринку і зменшує ризик не реалізації продукції, однак у цій ситуації значно ускладнюється організація виробництва і збуту, а також система управління підприємством. При цьому простішим і менш ризикованим для товаровиробника є збільшення глибини асортименту, ніж його розширення, пов'язаного з розробкою нових товарних ліній.

Поглиблення асортименту забезпечує більший ступінь урахування специфіки запитів різних груп споживачів. На цьому базується стратегія диференціації як одна з двох основних конкурентних стратегій.

Ревізія товарної номенклатури і товарної політики повинна здійснюватися постійно і відповідати новим ринковим можливостям. Останнім часом в економічно розвинутих країнах у загальному обсязі продажу зростає частка послуг і інформаційних товарів, і ці тенденції продовжують поглиблюватися, що товаровиробникам слід брати до уваги.

### **Література:**

1. Зайцев Ю. О. Маркетингова орієнтація управління збутом продукції аграрних підприємств: стратегії, системи, інструментарій. Харків: Смугаста типографія, 2016. 321 с.

2. Карпенко В.Л, Гвоздецька І. В. Формування ефективної системи збуту продукції як важливої складової управління маркетинговою діяльністю підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2016. № 5, т. 1. С. 86-88.

## **FEATURES OF THE INTERPRETATION OF "TECHNOLOGY" AS AN ECONOMIC CATEGORY**

**Litun A.A., undergraduate,  
Kharkov Petro Vasylenko National Technical University of  
Agriculture**

The current level of economic development puts a new meaning in the concept of technology - it is seen as the science of economic sets of methods and techniques in the production of finished products, raw materials, materials and products.

Technology is not only the order of operations, but also the choice of objects of labor means of influencing them, equipping production with equipment, tools, means of control; ways of combining personal and material elements in time and space, the content of labor. It is characterized as a holistic, optimal for a given scientific level set of processes of interaction of elements of productive forces during the production of specific production values [2-4].

Thus, any technological complexes, operations, and processes at the system level can be considered as some technological objects that have a certain structure, connections with the external and internal environment, inputs and outputs. This allows them to make numerical simulations in order to find acceptable and sometimes optimal controlled solutions.

The resources of the crop industry are the entrance to the system and are determined by a set of the following elements: purposeful human activity, objects of labor, which are aimed at the