

## РОЛЬ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Опанасюк Ю.А.

В условиях перехода к рыночной экономике жизнедеятельность предприятия зависит от прибыли, получаемой от выпуска и реализации конкурентоспособной продукции. В связи с этим на первый план выдвигается необходимость повышения эффективности управления товарной политикой и получения максимальной прибыли в результате изучения "спроса-предложения", потребностей потребителей, выпуска продукции соответствующего уровня качества, рационального использования всех видов ресурсов, организации действенного механизма формирования товарной политики машиностроительного предприятия и управления ею.

Товарная политика предполагает определенный набор действий или заранее обдуманых методов и принципов деятельности, благодаря которым обеспечивается преемственность и целенаправленность мер по формированию и управлению ассортиментом товаров.

Хорошо продуманная товарная политика не только позволяет оптимизировать процесс обновления ассортимента, но и служит для руководства предприятия своего рода ориентиром общей направленности действий, позволяющим корректировать текущие ситуации.

Товарная политика в системе маркетинга охватывает:

- планирование товарного ассортимента;
- обеспечение конкурентоспособности товаров;
- определение товарных стратегий в соответствии со стадией жизненного цикла товаров;
- политику нововведений;
- определения товарной марки, упаковки и сервиса;
- позиционирование товаров.

При разработке маркетинговой товарной политики в отношении товаров потребительского назначения особое внимание уделяется вопросам упаковки и торговой марки, а в отношении товаров производственного назначения - их сервисному обслуживанию.

Как пример показан анализ товарной политики на Сумском промышленном предприятии «СМНПО им. Фрунзе» по группе товаров насосов НСШ.

**Номенклатура насосов включает:**

- водокольцевые вакуумные насосы и компрессоры, ротационные насосы в углеродистом, нержавеющей и титановом исполнении;
- центробежные высоконапорные многосекционные насосные агрегаты ЦНС 180 для заводнения затухающих нефтяных пластов и интенсификации добычи нефти;
- широкую гамму насосов для химической промышленности;
- шламовые насосы типа ЦПН, НШБ для предприятий металлургической и цементной промышленности;
- насосы типа НСШ для угольной промышленности.

Основными конкурентами предприятия при производстве насосов являются: Ясногорский машиностроительный завод; Луганский станкостроительный завод, «Южгидромаш». При оценке конкурентоспособности насосов НСШ с продукцией конкурентов сделан вывод, что товары нашего предприятия лучше по конкурентоспособности, однако это связано с высоким качеством, но никак не ценой (она превышает цены конкурентов в 2 раза).

Для совершенствования товарной политики предприятия предлагается снизить цену посредством снижения нормы прибыли и применения стратегии «низких издержек» при неизменном качестве товара.

**Литература:**

1. Балабанова Л.В. Маркетинг: підручник. – Донецьк, 2002. – 562с.
2. Официальный сайт СМНПО им. Фрунзе// <http://www.frunze.com.ua>
3. Номенклатурный перечень насосов, выпускаемых ОАО «Сумское НПО им. М.В. Фрунзе»