

УПРАВЛІННЯ ТОВАРНОЮ ПОЛІТИКОЮ ПІДПРИЄМСТВА

Алі Юсіф огли Гаджиєв, здобувач другого
(магістерського) рівня вищої освіти
ОП «Адміністративний менеджмент»
Файчук О.М., к.е.н., доцент кафедри
адміністративного менеджменту та ЗЕД
Національний університет біоресурсів і
природокористування України,
м. Київ, Україна

У сучасних умовах ринкової економіки товар виступає ключовим носієм споживчої цінності, відповідно ефективне управління ним – запорукою конкурентоспроможності підприємства. Власне саме тому питання управління товарною політикою підприємства посідає чільне місце у системі стратегічного маркетингу підприємства. Саме через товарну політику суб'єкт господарювання визначає вектор розвитку свого асортименту, якість продукції, позиціонування на ринку та засоби задоволення потреб споживачів, тобто забезпечує взаємозв'язок між виробничими можливостями і ринковим попитом.

Товарна політика виступає ключовим елементом маркетингової стратегії підприємства, спрямованим на ефективне управління асортиментом, задоволення потреб споживачів і зміцнення ринкових позицій компанії [1,2]. Варто зазначити, що товарний асортимент ПрАТ «Моршинський завод мінеральних вод “Оскар”» є більш глибоким, ніж широким. Якщо ширину формують лише 6 ключових позицій, то глибина асортименту по напрямку «Моршинська» передбачає 9 позицій, тоді як відносна новинка на ринку позиція «Моршинська Лимонада» - навіть 18 позицій [3]. Однак, в цілому можна стверджувати про дотримання достатньої ширини і глибини асортименту товарів підприємства. У свою чергу, значення коефіцієнта раціональності структури товарного асортименту ПрАТ «Моршинський завод мінеральних вод “Оскар”» не лише є меншим за нормативний рівень $(-0,13 < 0,6)$, але й від'ємним, то це

вказує на повну нераціональність товарної структури асортименту досліджуваного підприємства. Так, найбільш рентабельний енергетичний напій «Воля» посідає останні місця в рейтингу товарів за питомою вагою продаж, тоді як збиткові води «Моршинська» слабогазована ємкістю 0,5 л і 0,75 л займають середні позиції - відповідно 12 і 13-те місця. Більше того, вода великого формату розливу – Моршинська -18,9 л, яка характеризується невисоким рівнем рентабельності на рівні всього 7,5% займає найбільше питому вагу у продажах компанії – 13,3% станом на кінець 2024 р.

З метою удосконалення процесу управління товарною політикою ПрАТ «Моршинський завод мінеральних вод “Оскар”» було запропоновано структурні зміни асортименту, які передбачають скорочення виробництва окремих низькорентабельних товарних позицій і водночас перерозподіл інвестиційних ресурсів на користь більш прибуткових і перспективних продуктів [4]. Зокрема, пропонується ліквідувати позиції «Моршинська слабогазована» (усіх об’ємів) та «Моршинська 6 л», а вивільнені ресурси спрямувати на нарощення частки продукції категорій «Воля», «Моршинська Лимонада» та «Моршинка». Очікувана величина структурної зміни становить 17,35%, що дозволить збільшити чистий дохід від продажів і підвищити загальний рівень прибутковості підприємства. Разом із тим, рекомендується зберегти стабільні позиції у сегменті основних брендів «Моршинська» (без слабогазованої) та «Моршинська 18,9 л», які мають сформовану споживчу базу та забезпечують стабільний фінансовий потік. Такий підхід дозволить зберегти баланс між інноваційними та традиційними продуктами, що є важливою умовою для зниження ризиків та підтримання фінансової стійкості підприємства.

Удосконалена структура товарного асортименту ПрАТ «Моршинський завод мінеральних вод “Оскар”», при умові незмінності рівня рентабельності продаж товарів і сумарного чистого доходу підприємства, потенційно має забезпечити збільшення величини чистого прибутку на 374,11 млн грн. Причому виробництво найбільш прибуткового енергетичного напою «Воля» згідно плану дасть змогу отримати найбільшу величину чистого прибутку, а саме 400,57 млн

грн, що складає майже третину всього прибутку отриманого від господарської діяльності. Також майже вдвічі очікується збільшення величини чистого прибутку від реалізації мінеральної води «Моршинка», що із продовженням позитивної тенденції має гарантувати перехід із часом товарної позиції до квадранту «зірки» або «дійні корови». На 17,5 млн грн має зрости прибуток від продажу товару компанії із категорії «зірки» - «Моршинська Лимонада». Більшої уваги заслуговує той факт, що внаслідок ліквідації двох товарних позиції – «Моршинська слабогазована» і «Моршинська – 6 л» підприємство у підсумку очікувано недоотримає 14,21 млн грн прибутку. Проте, незважаючи на наявність певних економічних втрат, економічні вигоди від процесу оптимізації товарної структури ПрАТ «Моршинський завод мінеральних вод “Оскар”» є значно більшими. У такій ситуації є всі підстави стверджувати, що дане управлінське рішення є повністю виправданим з економічної точки зору.

Список використаних джерел:

1. Білорус Т. В. Практикум з менеджменту: навчальний посібник. Київ: Київський національний університет імені Тараса Шевченка. 2020. 185 с.
2. Безугла Л. С., Агафонов О. Д., Гладкий Д. Р. Формування маркетингової товарної політики підприємства. *Інфраструктура ринку*. Економіка та управління підприємствами. 2019. Вип. 35. С. 133–137.
3. Офіційний веб-сайт компанії «IDS Ukraine». URL: <https://www.ids.ua/>
4. Лісений Є. В., Дяченко Ю. І. Управління та шляхи удосконалення маркетингової товарної політики підприємства. *Економіка та суспільство*. 2021. Вип. 32. 6 с.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ
ЛЕЙБНИЦ-ІНСТИТУТ АГРАРНОГО РОЗВИТКУ
В КРАЇНАХ З ПЕРЕХІДНОЮ ЕКОНОМІКОЮ (НІМЕЧЧИНА)
УНІВЕРСИТЕТ ПРИКЛАДНИХ НАУК ВАЙЄНШТЕФАН-ТРИЗДОРФ (НІМЕЧЧИНА)
СЛОВАЦЬКИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ В НІТРІ (СЛОВАЧЧИНА)
ЛАТВІЙСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ НАУК ПРО ЖИТТЯ ТА ТЕХНОЛОГІЙ (ЛАТВІЯ)

Факультет аграрного менеджменту

**Кафедра адміністративного менеджменту та
зовнішньоекономічної діяльності**



МАТЕРІАЛИ

**VI Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції
студентів, аспірантів та молодих вчених**

**«СУЧАСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ:
ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ»**

04 листопада 2025 р.



Київ - 2025

УДК 338.43.01/.01 (075.8)

Науково-редакційна колегія:

Організаційний комітет:

ТОНХА Оксана – проректор з наукової роботи та інноваційної діяльності НУБіП України, д.с.-г.н., професор, голова оргкомітету

ОСТАПЧУК Анатолій – в.о. декана факультету аграрного менеджменту, к.е.н., доцент, співголова оргкомітету

ШЛАУДЕРЕР Ральф – керівник Міжнародної школи Університету прикладних наук Вайєнштефан-Тріздорф, Міжнародний представник факультету сільського господарства, Представник з питань міжнародних освітніх програм і співпраці, доктор наук, професор, співголова оргкомітету

ГОРСЬКА Єлена – декан факультету економіки та менеджменту Словацького аграрного університету в Нітрі, доктор наук, професор, співголова оргкомітету

ПЕРЕХОЖУК Олександр – старший науковий співробітник Лейбніц-Інституту аграрного розвитку в країнах з перехідною економікою, PhD, професор, співголова оргкомітету

ЗЕВЕРТЕ-РІВЗА Сандія – дослідник Латвійського університету наук про життя та технологій, PhD, доцент, співголова оргкомітету

Члени оргкомітету:

КОВТУН Олена – завідувач кафедри адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності, к.е.н., доцент;

БАСЮК Дарія – професор кафедри адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності, д.е.н., професор

ЖЕМОЙДА Олександр – д.е.н., професор

ІБАТУЛЛІН Марат – д.е.н., професор

МОСТЕНСЬКА Тетяна – д.е.н., професор

ГОЛОМША Наталія – к.е.н., доцент

ДАВИДЕНКО Володимир – к.е.н., доцент

ДІБРОВА Лариса – к.е.н., доцент

КОВАЛЕНКО Наталія – к.е.н., доцент

КОЛЕСНИК Максим – к.е.н., доцент

КОСТЮК Ольга – к.е.н., доцент

КУЗЬМЕНКО Сергій – к.е.н., доцент

РАЛКО Олександра – к.е.н., доцент

ТЮРІНА Альона – к.е.н., доцент

ЧОРНЕНЬКА Людмила – к.е.н., доцент

ЯНЧЕВСЬКИЙ Руслан – к.е.н., доцент

ФАЙЧУК Олександр – к.е.н., доцент, секретар оргкомітету

МІЩЕНКО Іван – к.е.н., доцент, відповідальний за випуск збірника тез

Затверджено та рекомендовано до друку на засіданні Вченої ради факультета аграрного менеджменту Національного університету біоресурсів і природокористування України (*протокол №4 від 20 листопада 2025 р.*).

«СУЧАСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ»: Матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих учених, 04 листопада 2025 р. – К.: НУБіП України, 2025. – 245 с.

У збірнику представлені результати дослідження проблем сучасного менеджменту в умовах воєнного стану та інтеграції України до ЄС. Видання розраховано на студентів, аспірантів, викладачів, практиків і всіх тих, хто цікавиться питаннями сучасних підходів до управління підприємствами і національним господарством.

Матеріали викладені в авторській редакції. Відповідальність за достовірність поданої інформації несуть автори.

© Кафедра адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності, факультет аграрного менеджменту НУБіП України, 2025

© Автори