

Згідно таблиці 1 яскраво видно, що кількість інноваційних методів управління персоналом є досить велика кількість і голове, що вони є всі перевірені на практиці. Варто зазначити, що дані інноваційні методи будуть ефективними для сфери готельного господарства і зможуть вивести на новий рівень механізм управління персоналом, що у подальшому принесе збільшення конкурентоспроможності та отримання більшого прибутку.

Удосконалення механізму управління персоналом у готельному господарстві є областю знань, яка спрямована на те, щоб забезпечити компанію «якісними» кадрами і оптимальне їх застосування. Оптимальне застосування кадрів, якщо говорити про «управління персоналом» виходить внаслідок виявлення позитивної і негативної мотивації окремих працівників і груп в компанії і забезпечення стимулювання позитивних мотивів і відхід від негативної мотивації, а також аналізу різних впливів та використання інноваційних методів управління.

#### **Список використаних джерел:**

1. SAP Human Resources Management System [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.sap.com>.
2. О. Ю. Мельник. Удосконалення системи управління персоналом підприємства / О. Ю. Мельник, Л. Г. Саркіян. – 2018. – С. 118–122.
3. Касич А. О. Інноваційні підходи в практиці управління персоналом конкурентоспроможного підприємства / Касич А. О., Бурба О. А.. – 2017. – С. 130–133.

## **МАРКЕТИНГОВА ТОВАРНА ПОЛІТИКА В СИСТЕМІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ**

*Кручак Л. В., к.е.н., асистент  
Мукачівський державний університет*

Ринкові зміни у національній економіці змушують суб'єктів господарювання постійно підтримувати високий рівень конкурентоспроможності, джерелом якого є технологічні та управлінські інновації у напрямку розвитку ключових компетенцій. Вітчизняні та зарубіжні вчені приходять до спільної думки, що саме ключові компетенції є предметом конкурентної боротьби на міжнародному ринку, і маркетинг як важлива функціональна сфера управління вітчизняними підприємствами, що включені у міжнародні торгівельні стосунки, безперечно містить потужний потенціал для зростання ключових компетенцій підприємств. Традиційний підхід до маркетингу розглядає товарну політику як одну із найважливіших маркетингових функцій, оскільки саме товар є предметом обміну між виробником та споживачем, а в результаті успішної маркетингової товарної політики підприємство отримує прибуток.

Аналіз праць вчених виявив, що існують відмінності у трактуванні поняття «маркетингова товарна політика».

Так Романов А. вважає, що товарна політика припускає визначений курс дій товаровиробника або наявності в нього заздалегідь обдуманих принципів поведінки [3, с.57].

Гончаров С., Балабанова Л. стверджують, що маркетингова товарна політика це комплекс заходів щодо формування ефективного асортименту для задоволення потреб споживачів та досягнення підприємством власних цілей [1, с. 78].

На думку іншого вченого Кардаш В. товарна політика це сукупність засобів впливу на споживачів за допомогою товару, визначивши одним із центральних завдань товарної політики збереження та розвиток підприємства як соціально-економічної системи. Цілі товарної політики підприємства зорієнтовані у трьох напрямках: заміщення ресурсів; забезпечення гарантій збереження підприємства; створення умов для розширення виробництва [2, с. 62].

Товарна політика підприємства являє собою одну з найважливіших і складних галузей маркетингової діяльності – припускає обґрунтований алгоритм дій, що передбачає визначення виробничої програми підприємства з урахуванням інтересів споживачів, рівня впливу конкурентів, виробничих та інших ресурсних можливостей підприємства, а також стадії ЖЦТ. Її сутність полягає у визначенні й розвитку оптимальної структури вироблених і реалізованих товарів на основі поточних і довгострокових цілей підприємства [5, с. 170].

Цілеспрямоване формування асортименту та управління ним, підкреслюють важливість урахування внутрішніх і зовнішніх чинників впливу на товар, його створення, виробництва, просування на ринок і реалізацію, юридичне підкріплення такої діяльності, ціноутворення як засіб досягнення стратегічних цілей товарної політики, так стверджує Гаркавенко С. та Зав'ялов П. [4].

Наведені визначення вказують на те, що товарна політика підприємства в різний період становлення економічної думки розумілась вченими по-різному, з розвитком економічних відносин товарна політика підприємства набувала нових особливостей.

Більшість вчених однак в тому, що товарну політику необхідно розглядати як важливий елемент маркетингу; формування товарної стратегії повинне бути спрямоване на вимоги і побажання покупців; основні напрями організації маркетингової товарної політики такі: дослідження товарного ринку; формування асортименту товару; планування виробничої програми; визначення складу продукції по видах, марках артикулах; розрахунок показників оновлення продукції; освоєння інновацій та прогноз їх життєвого циклу.

Теоретичний аналіз поняття маркетингової товарної політики дає підстави запропонувати власне визначення та розглядати її як систему чітко сформульованих принципів розробки, обслуговування та виведення застарілих товарів з ринку, котрі узгоджуються із загальною маркетинговою політикою підприємства та не суперечать потребам і запитам цільових споживачів та суспільства.

#### **Список використаних джерел:**

1. Гончаров С. М. Маркетинг. Навч. посібник / С. М. Гончаров. – Рівне : РДТУ, 2005. – 378 с.
2. Кардаш В. Я. Маркетингова товарна політика / В. Я. Кардаш. - К. : КНЕУ, 2003. - 250 с.
3. Романов А.Н. Маркетинг: учеб. / Под ред. А. Н. Романова. – М. : Банки и биржи, ЮНИТИ, 2006. – 560 с.
4. Гаркавенко С. С. Маркетинг. Підручник. / С. С. Гаркавенко. – Київ : Лібра, 2006. - 712 с.
5. Фесенко Т. С. Зміст та особливості товарної політики підприємств маркетингової орієнтації / Т. С. Фесенко, Т. І. Дзьоба // Вісник Хмельницького національного університету 2010. - № 1. - Т. 1. - С. 169 - 171.



# МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

89600, м. Мукачево, вул. Ужгородська, 26

тел./факс +380-3131-21109

Веб-сайт університету: [www.msu.edu.ua](http://www.msu.edu.ua)

E-mail: [info@msu.edu.ua](mailto:info@msu.edu.ua), [pr@mail.msu.edu.ua](mailto:pr@mail.msu.edu.ua)

Веб-сайт Інституційного репозитарію Наукової бібліотеки МДУ: <http://dspace.msu.edu.ua:8080>

Веб-сайт Наукової бібліотеки МДУ: <http://msu.edu.ua/library/>