

УДК 338.2

## ТОВАР И ТОВАРНАЯ ПОЛИТИКА ПРЕДПРИЯТИЯ

**Николай Петрович Касторнов**

доктор экономических наук, профессор

kastornovnp@yandex.ru

**Виктор Викторович Шелль**

магистрант

shell-2016@mail.ru

Мичуринский государственный аграрный университет

г. Мичуринск, Россия

**Аннотация.** Товар и товарная политика занимают центральное место в деятельности предпринимателя и коммерческой организации. Товар, как основа бизнеса – это не просто материальный объект, но и совокупность потребительских свойств, удовлетворяющих определённые потребности рынка. В современном бизнесе товар и его различные характеристики играют ключевую роль в формировании конкурентоспособности предприятия. Товарная политика, являясь неотъемлемой частью общей стратегии компании, определяет не только ассортимент предлагаемой продукции, но и подходы к её разработке, продвижению и дальнейшему развитию.

В данной статье рассматриваются основные аспекты товара и товарной политики, а также её влияние на эффективность деятельности предприятия.

**Ключевые слова:** товар, товарная политика, ассортиментная стратегия, потребительское поведение, конкурентоспособность.

В условиях быстро меняющегося рынка и усилении конкуренции предприятия сталкиваются с необходимостью эффективного управления своим ассортиментом. Товар является наиважнейшим элементом блага – прибыли. Он не только удовлетворяет потребности общества, но и служит средством достижения стратегических целей [3].

Рассмотрим, что такое товар и какую роль играет товарная политика в работе предприятия. Товаром можно считать любое благо, которое удовлетворяет потребности общества и может быть предложено на рынке (рисунок 1).

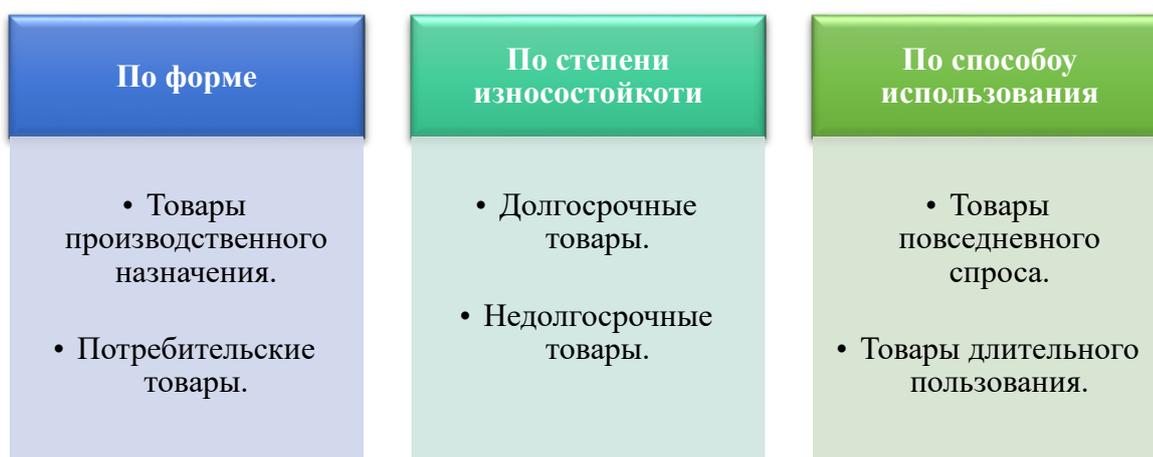


Рисунок 1 – Классификация товаров по различным признакам

Товарная политика предприятия – это комплекс стратегий и решений, направленных на управление ассортиментом, качеством, упаковкой и ценами товаров. Она включает в себя анализ потребностей целевой аудитории, исследование рынка и конкурентов, а также определение ЖЦТ. Более успешная товарная политика помогает предприятию выделяться на фоне конкурентов, повышая свою конкурентоспособность [4].

Основным элементом товарной политики является ассортиментная стратегия, которая предполагает выбор оптимального набора товаров, удовлетворяющего запросы потребителей. Это может включать как расширение линейки продуктов, так и сосредоточение на определённых категориях. Важно учитывать изменение предпочтений клиентов и адаптировать ассортимент в

соответствии с тенденциями рынка. Качество товаров является ещё одним важным аспектом в товарной политике [1].

Предприятия должны стремиться предоставить продукцию, соответствующую не только стандартам, но и ожиданиям потребителей. Это включает в себя регулярное тестирование и улучшение производственных процессов.

Также товарная политика включает и другие ключевые аспекты: управление качеством продукции, ценовая политика и продвижение товара. Ассортиментная стратегия определяет, какие товары будут предлагаться потребителям и в каком объёме, что позволяет учесть, как текущие потребности рынка, так и перспективные тренды. Управление качеством подразумевает установление стандартов, соответствующих ожиданиям клиентов, что в свою очередь способствует формированию позитивного имиджа компании. Ценовые стратегии определяют, как предприятие будет позиционировать свои товары на рынке.

Ценовая политика играет роль в позиции товара на рынке, обеспечивая его конкурентоспособность и привлекательность для целевой аудитории. Продвижение товара через различные каналы коммуникаций усиливает его видимость и стимулирует спрос, что является залогом успешной реализации товарной политики (рисунок 2).

Выбор стратегии ценообразования может варьироваться от премиум-сегмента до бюджетных предложений, что напрямую влияет на восприятие бренда и потребительское поведение.

Влияние товарной политики на эффективность работы предприятия играет важное значение. Правильно сформированная товарная политика позволяет: увеличить прибыль за счёт предложения товаров, соответствующих потребностям рынка; повысить уровень удовлетворённости клиентов, что в свою очередь способствует формированию лояльности к бренду; оптимизировать затраты на производство и продвижение товаров; устойчиво занимать позиции на рынке, опираясь на рыночные тренды и предпочтения целевой аудитории.

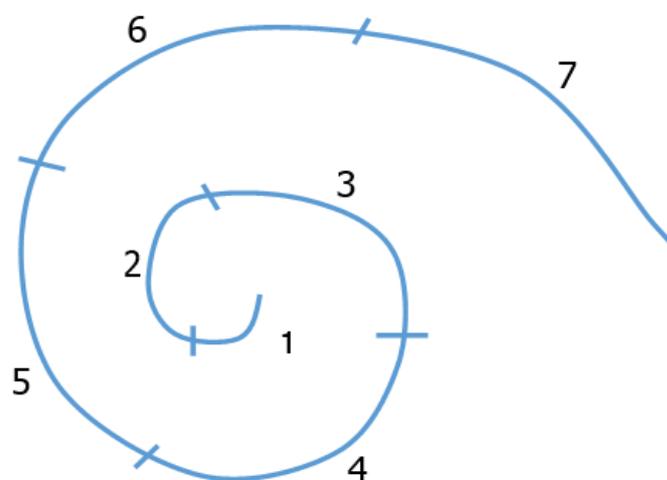


Рисунок 2 – Структура жизненного цикла товара

Условия обозначения: 1 – маркетинг; 2 – НИОКР; 3 – организационно-технологическая подготовка; 4 – производство; 5 – подготовка товара к функционированию; 6 – эксплуатация и ремонт; 7 – утилизация товара после отработки и замена новой моделью (из-за этого не замкнутость круга).

Эффективная товарная политика – это залог успешной деятельности любого предприятия. Она должна быть тщательно спланирована и адаптирована к изменениям во внешней среде [2].

В условиях глобализации и динамичного рынка бизнеса, компании необходимо постоянно пересматривать свои подходы к товарам и их ассортименту для достижения оптимальных результатов.

### Список литературы:

1. Агилера Д.Д. Управление товарным ассортиментом. СПб.: Изд-во «Питер». 2015. С 117.
2. Николаева М.А. Товарная политика: учебник для бакалавриата и магистратуры. Москва.: Норма: ИНФА-М. – 2024. – 256 с.
3. Пивоваров С.Е. Рынок и маркетинг. М.: Издательство «Гранд». 2022. С 98.

4. Шереметьева Е.Н. Товарная политика торгового предприятия // Российское предпринимательство. 2021. № 3. С. 37-42.

**UDC 338.2**

## **PRODUCT AND PRODUCT POLICY OF THE ENTERPRISE**

**Nikolay P. Kastornov**

doctor of economics, professor

kastornovnp@yandex.ru

**Viktor V. Shell**

master's student

shell-2016@mail.ru

Michurinsk State Agrarian University

Michurinsk, Russia

**Abstract.** The product and product policy occupy a central place in the activities of an entrepreneur and a commercial organization. The product, as the basis of business, is not just a material object, but also a set of consumer properties that satisfy certain market needs. In modern business, the product and its various characteristics play a key role in shaping the competitiveness of the enterprise. Product policy, being an integral part of the overall strategy of the company, determines not only the range of products offered, but also approaches to their development, promotion and further development. This article examines the main aspects of the product and product policy, as well as its impact on the efficiency of the enterprise.

**Key words:** product, product policy, assortment strategy, consumer behavior, competitiveness.

Статья поступила в редакцию 11.11.2024; одобрена после рецензирования 20.12.2024; принята к публикации 25.12.2024

The article was submitted 27.12.2024; approved after reviewing 20.12.2024; accepted for publication 25.12.2024