

Складним питанням ДРЕ є перш за все питання меж. На думку О.Є. Новікова, питання про раціональні межі втручання держави в економіку можна визначити в такому положенні: держава має пом'якшувати негативні наслідки дії ринкового механізму, а при нагоді – їх усувати [2]. Дійсно, в контексті соціально-економічної диференціації товаровиробників держава завдяки різним заходам може ефективно пом'якшувати негативні наслідки ринкової організації виробництва. Однак ДРЕ породжено перш за все необхідністю зняття руйнівних в розвитку продуктивних сил протиріч, необхідністю вирішувати такі завдання, як розвиток науково-технічного прогресу, фундаментальних наук, трудового потенціалу нації, збереження чистоти довкілля. Втручання держави в регулювання економічних процесів пов'язано також з захистом ринкової конкуренції через обмеження монополізму, в тому числі і на ринку праці. Тобто межі ДРЕ повинні розглядатися в рамках соціально-економічної ефективності розвитку економіки, соціуму, прав, свобод людини. В такому ракурсі питання ефективності і меж державного втручання в регулювання економічних процесів є достатньо складним, потребує теоретичних та спеціальних прикладних досліджень.

**Основні висновки:** Державне регулювання економіки зумовлено неспроможністю механізму ринкового саморегулювання вирішити низку кардинальних проблем розвитку економічної системи. Саме тому необхідно дозволити державі виконувати свої цілі.

### **ЛІТЕРАТУРА**

1. Державне регулювання економіки [Електронний ресурс] – Режим доступу до сайту – <https://pidruchniki.com>
2. Новіков О.Є. Специфіка державного та ринкового регулювання національної економіки України. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/.../178.pdf>

**Олена Дудка,**  
студентка м1ПТ групи  
гуманітарно-економічного факультету  
Наук. керівник: **Т.Ф. Сидорченко,**  
к.е.н., доцент (БДПУ)

### **ФОРМУВАННЯ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ**

**Актуальність теми.** У сучасних ринкових умовах в Україні збільшується асортимент товарів, значна частина якого представлена продукцією недостатньо високої якості, що не відповідає сучасним світовим вимогам. Ринкові можливості вітчизняних підприємств зумовлюються правильно розробленою та послідовно реалізованою маркетинговою товарною політикою. Саме на основі вивчення ринку і перспектив його розвитку підприємства отримують вихідну інформацію для вирішення питань, пов'язаних з формуванням товарного асортименту, його управлінням та вдосконаленням.

Якісні та кількісні показники товарного асортименту підприємства виступають основними детермінантами формування його конкурентоспроможності як здатності конкурувати та відповідати вимогам споживачів. Це й зумовлює актуальність обраної теми даного дослідження.

**Ступінь досліджуваності проблеми.** Дослідженням проблематики управління потоками товарних ресурсів при формуванні асортиментної політики підприємств займаються такі вчені, як: О.М.Азарян, Г.Ассель, Н.О.Бабенко, І.Березин, С.С. Гаркавенко, О.В.Зозульов, В.Я.Кардаш, Р.Патора, В.Руделіус, А.В.Самчук, О.І.Сидоренко, О.А.Смирнова, І.А.Соловйов, І.В.Цимбалюк, Н.І.Чухрай, В.Н.Юрьєв та інші.

**Мета і методи досліджування.** Метою даного дослідження є удосконалення теоретико-методичних засад управління потоками товарних ресурсів, а саме асортиментом та номенклатурою продукції.

**Сутність дослідження.** Управління асортиментом продукції базується на плануванні та організації підбору предметів, визначенні сукупності їх найменувань за певними ознаками. З цієї точки зору асортимент може бути простим або складним, вузьким або широким. Така класифікація передбачає виокремлення груп однорідної продукції або товарів за ознакою виду, сорту, марки і т. п. Формуються асортиментні групи, в межах яких предмети мають певну схожість. Також можна розрізняти асортимент продукції (виробляється підприємством) та асортимент товарів (пропонується споживачам цього продавця) [1, с. 22].

Чинники, що складають основу формування асортименту – це чинники, на основі яких розробляється приваблива виробнича програма товарів або послуг, щоб подолати опір ринку. В центрі уваги не тільки критична перевірка існуючих, але і розробка нових товарів або послуг. При цьому існують обмеження: закони (патентне право, захист прав споживачів, охорона навколишнього середовища); технічні знання; економічно-ринкові умови (обмеження виробничої потужності, фінансові обмеження); суспільно-політичні події (вимоги не завдавати шкоду навколишньому середовищу, високоякісні багаторазового використання товари і упаковки).

Щодо промислових підприємств встановлюється виробничий асортимент продукції. На торговельних підприємствах приділяють дослідницьку увагу управлінню торговим асортиментом товарів. Виробничий асортимент відображає спеціалізацію підприємства та служить підставою для укладення договорів поставки товарних ресурсів. А торговий асортимент дозволяє судити про масштаби можливостей торгового підприємства задовольняти потреби населення [2, с. 18].

Варто зазначити, що в сучасних ринкових умовах споживачі диктують учасникам ринку засади вибору методів до управління товарним асортиментом. Узв'язку з цим можна сказати, що асортиментна політика сприяє досягненню конкурентних переваг економічними агентами. Питання диверсифікації асортиментної політики визначається впливом такого комплексу складових, як: галузь, товарна група, розміри фірми та інші кон'юнктурні чинники.

**Висновки.** Отже, управління асортиментною політикою підприємств повинне здійснюватися на засадах координації маркетингових інновацій і провідного досвіду ринкового аналізу, оптимізації потоків

товарних та фінансових ресурсів у контексті формування конкурентоспроможності продукції та послуг. Управління потоками товарних ресурсів має бути побудовано на основі ресурсного обґрунтування розширення асортименту, комплексного узгодження асортименту з життєвим циклом продукції та диверсифікації товарної пропозиції підприємств.

#### **ЛІТЕРАТУРА**

1. Березин И. Ловушка ассортимента /И.Березин //Лаборатория рекламы, маркетинга и PR. – 2005. – №1 (38). – С. 22–25.
2. Соловійов І.А. Асортиментна політика підприємств роздрібної торгівлі /І.А.Соловійов, А.В.Самчук, І.В.Цимбалюк //Маркетингові дослідження. – 2004. – № 2. – С.17–20.

**Віталій Зиненко,**

студент 2 курсу

Бердянського економіко-гуманітарного коледжу БДПУ

Наук. керівник: **Г.О.Сенченко,**

викладач (БЕГК БДПУ)

#### **НЕЗВИЧАЙНІ ФАКТОРИ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА СМАК НАШОЇ ЇЖІ**

Здавалося б, якісні продукти і дотримання технології приготування – головні складові смачної їжі. Однак вчені з'ясували, що наші гастрономічні відчуття залежать від цілого ряду чинників, безпосередньо не пов'язаних з кулінарією і які можуть вплинути на смак нашої їжі.

##### **По-перше – це висота.**

Мало хто з насолодою поглинає їжу, яку подають в літаках. Однак не поспішайте звинувачувати авіакомпанію – можливо, справа зовсім не в здібностях кухаря. Доведено, що наші смакові відчуття притупляються на великій висоті і в умовах зниженого тиску. Крім того, в літаках дуже сухе повітря – від цього знижується нюх, тому їжа здається нам досить прісної. Ось чому багато авіакомпаній додають в їжу багато спецій і інших підсилювачів смаку.

Якщо ви хочете з апетитом перекусити в польоті, вибирайте що-небудь кисле або гостре – сприйняття цих смаків майже не страждає. А ось щоб як слід насолодитися солоною або солодкою їжею, доведеться потерпіти до приземлення.

##### **По-друге – це звуковий супровід.**

Виявляється, далеко не останню роль в сприйнятті їжі грає слух. Серія експериментів вчених Массіміліано Зампіні і Чарльза Спенса показала, що їжа в галасливій обстановці сприймається менш солоною і менш солодкою, ніж насправді. А якщо трапезі супроводжують гучні звуки, їжа здається більш хрусткою.

Крім того, з'ясувалося, що високочастотні звуки, наприклад, флейта або верхні октави на роялі, підсилюють солодкий смак їжі, а низькочастотні, басові – гіркий.