

Ворончихина А.А.

студент кафедры «Управление и предпринимательство»

Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал) ДГТУ

в г.Шахты, РФ

Хиникадзе Т.А.,

ст.преподаватель кафедры «Управление и предпринимательство»

Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал) ДГТУ

в г.Шахты, РФ

**ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ТОВАРНОЙ СТРАТЕГИИ НА
КОММЕРЧЕСКОМ ПРЕДПРИЯТИИ**

Аннотация: в работе автор исследует цели и задачи товарной стратегии. Также исследована взаимосвязь формирования товарной стратегии и выполнения ее задач с эффективностью коммерческой компании. Приведены основные задачи товарной стратегии.

Ключевые слова: товарная стратегия, коммерческое предприятие, ассортиментная политика.

Voronchikhina A.A.

student of the department "Management and Entrepreneurship"

Institute of Service and Entrepreneurship (Branch) DGTU in Shakhty, Russia

Hinikadze T.A.,

Senior Teacher of the Department "Management and Entrepreneurship"

Institute of Service and Entrepreneurship (Branch) DGTU in Shakhty, Russia

**PECULIARITIES OF FORMING A COMMERCIAL STRATEGY FOR A
COMMERCIAL ENTERPRISE**

Abstract: In the work the author explores the goals and objectives of the commodity strategy. Also, the relationship between the formation of the commodity strategy and the fulfillment of its tasks with the efficiency of the commercial company was explored. The main tasks of the commodity strategy are given.

Key words: commodity strategy, commercial enterprise, assortment policy.

Товарная политика является одним из ключевых элементов стратегии предприятия, т.к. она нацелена на повышение конкурентоспособности товаров и услуг фирмы. Контроль и формирование ассортиментной политики организации позволяет не допускать затрат, связанных со сбытом товаров. Исследование целевой аудитории и объемов потребляемого товара или услуги помогает выпускать ровно столько определенного товара, сколько клиент или заказчик способен приобрести.



Рисунок 1 – Элементы товарной политики

Как видно по данным рисунка 1, товарная политика включает в себя ряд элементов, которые необходимо изучить и осуществлять процедуру мониторинга за каждой его составляющей для повышения эффективности деятельности организации [2].

На самом деле цели товарной политики гораздо шире, перечислим некоторые из них:

- разработка стратегии поведения предприятия на рынке;

- выбор и оптимизация товарного ассортимента продукции;
- разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности товарного ассортимента;
- определение темпов обновления продукции в целом по предприятию и по отдельным видам продукции с учетом жизненного цикла товара (ЖЦТ);
- определение времени выхода на рынок с новыми товарами и изъятие старых (инновационная политика предприятия);
- определение времени модификации и модернизации товаров;
- анализ и прогнозирование перспективности товарного ассортимента;
- оценки реальности и перспективности положения производителя на рынке [3].

Стратегия товарной политики организации должна строиться по принципу непрерывности или цикличности, т.е. с определенной периодичностью в реализации этапов стратегии необходимо осуществлять мониторинг эффективности выполнения задач стратегии и корректировать ее по мере необходимости. Важно осуществлять процедуру мониторинга до полного завершения цикла стратегии с целью предотвращения негативных последствий [1].

Важность непрерывного мониторинга выполнения задач товарной стратегии организации заключается в том, что может измениться мода на товар, может появиться новый более сильный конкурент с уникальными конкурентными преимуществами, может измениться спрос или уровень жизни населения и т.д.

В коммерческой среде планомерная и непрерывная оценка рыночной ситуации является залогом успешного функционирования предприятия и поддержания конкурентоспособности в определенной рыночной нише. Товарная ассортиментная стратегия может иметь вид алгоритма и формируется в уникальном для каждого предприятия виде. Важность ее

формирования доказана многолетним опытом коммерческих предприятий и неоспорима при формировании общей стратегии организации.

Список источников:

1. Горностаева Ж.В. Особенности стратегического планирования на малых предприятиях //«Strategiczne pytania światowej nauki-2009», Międzynarodowej naukowo-praktycznej konferencji, 07-15 lutego 2009 roku. V. 2. Ekonomiczne nauki : материалы. – Przemysl : Nauka I studia, 2009. – С. 57-59.
2. Горностаева Ж.В., Правдюк В.Н. Роль стратегического планирования в территориальном экономическом развитии // Экономические науки. – 2009. – № 2. – С. 179-182
3. Горячева Татьяна Владимировна Механизм реализации товарной стратегии предприятия // Вестник СГТУ. 2008. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mehanizm-realizatsii-tovarnoy-strategii-predpriyatiya> (дата обращения: 03.05.2018).