

УДК 338.43

РОЛЬ ФОРМИРОВАНИЯ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКИ В КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Александр Алексеевич Дубовицкий

кандидат экономических наук, доцент

Daa1-408@yandex.ru

Виктор Викторович Шелль

магистрант

Иван Борисович Зайцев

магистрант

shell-2016@mail.ru

Мичуринский государственный аграрный университет

г. Мичуринск, Россия

Аннотация. Рынок постоянно изменяется, приспосабливаясь к новым вызовам и требованиям, и только компании, умеющие грамотно построить и реализовать товарную политику могут выжить в этом конкурентном окружении. Поэтому формирование товарной политики организации является неотъемлемой частью коммерческой деятельности. В статье проанализированы теоретические основы и особенности формирования товарной политики в коммерческой деятельности организации: понятие, сущность, значение, само формирование товарной политики. Устойчивость товарной политики предприятий в коммерческо-рыночных отношениях, является одним из самых важных показателей, определяющий успех на рынке, зависит от возможности снизить издержки и повысить свою конкурентоспособность.

Ключевые слова: конкурентоспособность, товарная политика, рыночные отношения, коммерция, эффективность.

Актуальность данной темы обусловлена тем, что каждый субъект бизнеса, и организация, и индивидуальный предприниматель стремится сохранить стабильность в различных ситуациях, а также и увеличить свой доход [1, 5, 6]. Однако, в условиях изменчивости и высокой турбулентности экономической среды, необходимо иметь различные инструменты с механизмами для дальнейшей оценки финансовой устойчивости и прогнозирования возможных изменений.

Проблема эффективной организации товарной политики АПК на сегодняшний день является актуальной и значимой для всех сфер деятельности, включая сельское хозяйство, поскольку наряду с производственной деятельностью, товарная политика определяет в целом эффективность деятельности, включая и анализ производства продукции и сбыта. Существуют различные подходы в теории организации товарной политики к определению её сущности (рис. 1).

<p>1 группа авторов Борисов А.Б., Беляев В.И., Зацев Н.Л., Эриашвили Н.Д.</p>	<p>Авторы данной группы основываются на проблеме ассортиментной политики, которая в свою очередь представляет разработку и внедрение в производство или коммерческую деятельность конкретную номенклатуру изделий, их разнообразность, разновидность, которые объединяются в товарные группы по какому либо признаку. При этом товарная политика - это более общее и широкое понятие, которое оперирует категориями производственная программа и товарная линия. В связи с этим, определения представленных выше авторов являются узкопрофильными, требующие соответствующей доработки, дополнений и уточнений.</p>
<p>2 группа авторов Анн Х., Багиев Г.Л., Синяева И.М., Нагапетьянс Н.А., Еремин В.Н., Панкрухин А.П., Тарасевич В.М.</p>	<p>Авторы рассматриваемой группы в своей трактовке основываются на постоянном стремлении предприятия к максимизации конечных результатов своей деятельности и к удовлетворению потребностей у потребителя.</p>
<p>3 группа авторов Павленко В.И., Левкина Е.В., Михалева Е.П., Сербиновский Б.Ю., Захаров С.В.</p>	<p>Авторы подходят к определению товарной политики с позиции целенаправленности, и не отражают цель и особенность построения, представляя эффектом размытости. Исходом может быть низкий эффект от реализации направлений товарной политики либо полная не эффективность. Авторами не отражается чёткость поставленной цели товарной политики, затрудняется понятие её сущности.</p>

Рисунок 1 – Основные подходы к определению сущности товарной политики (по данным [2, 4-6])

Мы считаем, что под товарной политикой следует понимать процесс качественной организации товарного ассортимента продукции с учётом величины потребительского спроса на конкретный вид товара, принятых на рынке стандартов при условии обеспечения оптимального уровня издержек на производство и реализацию продукции.

Согласно законодательству РФ, коммерческая деятельность - это деятельность, где самой главной целью ставится извлечение максимальной прибыли [3].

Рассматривая функции коммерческой деятельности, мы приходим к выводу что они являются взаимосвязанными факторами обеспечения конкурентоспособности продукции и деятельности, адаптации к рыночной среде с целью своевременной реакцией на её изменения, что в результате способствует оптимизации издержек и максимизации прибыли (рис. 2).



Рисунок 2 – Функции коммерческой деятельности

Товарная политика с использованием стратегий в коммерческой деятельности занимает крайне важное место (рис. 3).



Рисунок 3 – Сущность товарной политики в коммерческой деятельности на основе стратегического подхода

При отсутствии товарной политики, сформированной с учётом рыночных потребностей, товарный ассортимент становится неустойчивым, в результате этого, влияние различных случайных факторов приведёт к снижению спроса на товар, что отразится на уровне показателей эффективной деятельности предприятия АПК.

Следовательно, грамотная разработка товарной политики в коммерческой деятельности способствует созданию стабильных связей организации с поставщиками материальных ресурсов и покупателями продукции.

Эффективными мероприятиями повышения коммерческой деятельности на основе товарной политики являются выстраивание комплексной сбытовой

стратегии, которая охватывает существующие каналы сбыта и поиск новых, использование маркетинговых действий.

Список литературы:

1. Акиндинов В. В., Лосева А. С., Килина С. И., Никонорова Е. А. Анализ производства продукции растениеводства сельского хозяйства РФ // Наука и Образование. 2022. Т. 5, № 2. EDN OQRHHY.

2. Барамыко Л. В. Методические подходы к формированию и оценке эффективности товарной политики предприятия // УЭКС. 2012. №12 (48). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodicheskie-podhody-k-formirovaniyu-i-otsenke-effektivnosti-tovarnoy-politiki-predpriyatiya> (дата обращения: 11.11.2023).

3. Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ). Принят Государственной Думой 21 октября 1994 года (Актуальная редакция от 24.07.2023 N 351-ФЗ) [Электронный ресурс] <https://internet.garant.ru/#/document/10164072/paragraph/1/doclist/291/1/0/0/%D0%B3%D0%BA:3>

4. Дубовицкий А. А., Евдокимова Е. А., Климентова Э. А. Оптимизация товародвижения на продовольственном рынке // Ученые записки Тамбовского отделения РoСМУ. 2018. № 11. С. 53-57. EDN YPFTKP.

5. Дубовицкий А. А., Климентова Э.А., Свиридов Д. О. Развитие малого бизнеса в сельском хозяйстве Тамбовской области в условиях господдержки // Вопросы современной науки и практики. Университет им. В.И. Вернадского. 2017. № 2(64). С. 46-54. DOI 10.17277/voprosy.2017.02.pp.046-054. EDN YRWJOD.

6. Устоев Д. Роль товарной политики в повышении конкурентоспособности предприятия // Мировая наука. 2020. № 1(34). С. 514-518. EDN VHVFUL.

УДК 338.43

THE ROLE OF PRODUCT POLICY FORMATION IN THE COMMERCIAL ACTIVITY OF THE ORGANIZATION

Alexander A. Dubovitski

Candidate of Economic Sciences, Associate Professors

Daal-408@yandex.ru

Viktor V. Shell

Master's student

Ivan B. Zaitsev

Master's student

shell-2016@mail.ru

Michurinsk, State Agrarian University

Michurinsk, Russia

Abstract. The market is constantly changing, adapting to new challenges and requirements, and only companies that are able to competently build and implement a product policy can survive in this competitive environment. Therefore, the formation of the organization's product policy is an integral part of commercial activity. The article analyzes the theoretical foundations and features of the formation of commodity policy in the commercial activity of the organization: the concept, essence, meaning, the very formation of commodity policy. The stability of the commodity policy of enterprises in commercial-market relations is one of the most important indicators determining success in the market, depends on the ability to reduce costs and increase their competitiveness.

Keywords: competitiveness, commodity policy, market relations, commerce, efficiency.

Статья поступила в редакцию 17.11.2023; одобрена после рецензирования 20.12.2023; принята к публикации 25.12.2023.

The article was submitted 17.11.2023; approved after reviewing 20.12.2022; accepted for publication 25.12.2023.