



УДК 005.21:[658.8:005.35]

**STRATEGIC MANAGEMENT OF RESPONSIBLE COMMODITY POLICY
СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ОТВЕТСТВЕННОЙ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКОЙ****Yuzik L.A. / Юзык Л.А.***s.e.s., as.prof. / к.э.н., доц.*

ORCID: 0000-0003-4676-1254

*Donetsk National University of Economics and Trade named,
Donetsk, Shchorsa 31, 83050**Донецкий национальный университет экономики и торговли,
Донецк, ул.Щорса 31, 83050*

Аннотация. В работе рассмотрены современные условия деятельности предприятий, представлено авторское определение стратегического управления ответственной товарной политикой, представлена концепция стратегического управления ответственной товарной политикой.

Ключевые слова: ответственная товарная политика, корпоративная социальная ответственность, предприятие, стратегия.

Вступление.

Современные предприятия самостоятельно определяют свои стратегические цели и оперативные задачи, главной целью предприятия становится удовлетворение потребностей конечного потребителя и получение дохода предприятия. Однако современный потребитель выдвигает повышенные требования к товарам предприятия, их экологичности, экономичности, эргономичности. Достижению этой цели будет способствовать эффективное стратегическое управление ответственной товарной политикой предприятия на принципах корпоративной социальной ответственности.

Эффективное стратегическое управление ответственной товарной политикой является важным источником обеспечения конкурентного преимущества современного предприятия. Условия высокой конкуренции на современном глобальном рынке заставляют организации активно искать новые способы создания и доставки ценности покупателям. Именно на этом фоне теория и практика реализации ответственной товарной политики приобретают особое значение.

Весомый вклад в рассмотрение вопросов управления товарной политикой внесли Балабанова Л.В. [1], Дегтярев Д.С. [1], Мхитарян С.В.[3], Джиллингем М.[2], Джонсон Дж., Лайсонс К.[2], Линдерс М., Хаммер М. Ими сделан значительный вклад в решение теоретических и практических вопросов управления товарной политикой, однако вопросы ответственности товарной политики не нашли достаточного отражения в научной литературе.

Цель статьи – определение концепции стратегического управления ответственной товарной политикой.

Основной текст.

Маркетинговая товарная политика является одним из ведущих звеньев в продаже товаров предприятиями, поскольку является составной частью маркетинговой стратегии и представляет собой комплекс мероприятий по



развитию ассортимента, созданию новых товаров и исключению из производственной программы тех товаров, которые утратили свой потребительский спрос, разработке новой упаковки и бренда товара. [1]

Ответственная товарная политика разрабатывается с учетом новых повышенных требований потребителей. Основными элементами ответственной товарной политики выступают: инновации; обеспечение высокого качества и конкурентоспособности товаров; создание и оптимизация товарного ассортимента; разработка и осуществление стратегий социальной активности товарных марок; анализ жизненного цикла товара и управлением им; социальное позиционирование товаров на рынке, соответствие качества товаров стандартам социальной ответственности.

Стратегическое управление ответственной товарной политикой предприятия должно рассматриваться как деятельность по стратегическому планированию, организации, контролю и регулированию доставки на предприятие товарных ресурсов необходимого объема, ассортимента и качества в соответствии со стандартами социальной ответственности, стратегической целью предприятия, корпоративной стратегией предприятия.

Концепция стратегического управления ответственной товарной политикой нами рассматривается как научно-обоснованная идея, основанная на разработке обоснованных стратегических управленческих решений по формированию ответственной товарной политики, реализация которых обеспечит формирование социального капитала, социального имиджа, устойчивой социальной позиции, что будет способствовать росту конкурентоспособности предприятия на рынке.

Концептуальная схема базируется на научно-обоснованной связи компонентов: стратегические цели и задачи, принципы, стратегии [2].

В условиях усиления социальной направленности развития экономики уже недостаточно совершенствования отдельных направлений товарной политики, необходим комплексный подход к ее осуществлению.

Комплексная система стратегического управления ответственной товарной политикой рассматривается нами как совокупность взаимосвязанных и взаимодействующих систем, обеспечивающих ее высокую эффективность с целью получения долгосрочных конкурентных преимуществ, и охватывающих следующие системы: систему стратегического управления ответственной конкурентоспособностью товаров, систему стратегического управления товарным портфелем на принципах социальной ответственности, систему стратегического управления товарными запасами, систему стратегического управления социально значимой маркой товаров (рис.1).

Система стратегического управления ответственной конкурентоспособностью товаров включает диагностику потребительской ценности товаров, определение ключевых факторов успеха в сфере ответственной конкурентоспособности по сравнению с конкурентами, формирование стратегий управления ответственной конкурентоспособностью товаров.

Система стратегического управления товарным портфелем на принципах



корпоративной социальной ответственности охватывает изучение спроса и требований потребителей к товарному портфелю, управление цепочкой поставок, «зеленые закупки», анализ социальной значимости товарного портфеля, формирование стратегий управления товарным портфелем.

Система стратегического управления товарными запасами включает планирование товарных запасов, организацию процесса, контроль управления товарными запасами и его регулирование.

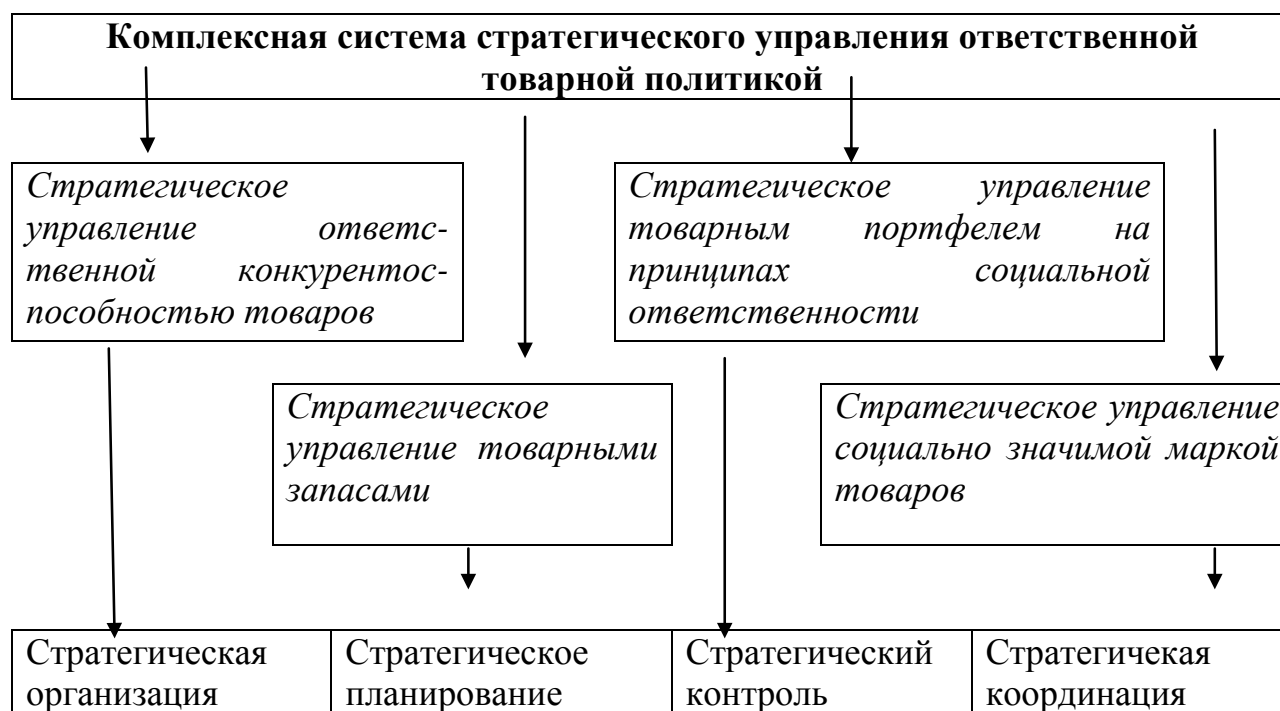


Рис.1. Комплексная система стратегического управления ответственной товарной политикой (авторская разработка)

Система стратегического управления социально значимой маркой товаров включает изучение социально значимой марки товаров, социального профиля бренда, управление упаковкой товаров; управление сервисом; товарное позиционирование.

В свою очередь каждая система включает ряд функциональных подсистем: стратегическую организацию, стратегическое планирование, стратегический контроль и координацию.

Заключение и выводы.

Представлено авторское определение стратегического управления ответственной товарной политикой, концепции стратегического управления ответственной товарной политикой.

Разработана комплексная система стратегического управления ответственной товарной политикой.

Реализация предложенной комплексной системы будет способствовать обоснованию и реализации стратегий управления ответственной товарной политикой, что позволит повысить эффективность стратегического управления предприятием целом.

**Литература:**

1. Балабанова Л.В. Ценностно-ориентированная маркетинговая товарная политика: императивы, методология, синергизм: монография / Л.В. Балабанова, Д.С. Дегтярев ; М-во образования и науки Донец. Народ. Респ., Гос. Орг. Высш. Проф. Образования «Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. М. Туган-Барановского. – Донецк : ФЛП Кириенко, 2017 -204 с.
2. Лайсонс К., Джиллингем М. Управление закупочной деятельностью и цепью поставок. [Текст] / К. Лайсонс., М.Джиллингем.-М.: 2015. – 224 с.
3. Мхитарян С.В. Маркетинговое управление поставками: Учебное пособие, / Московский государственный университет экономики, статистики и информатики. –М.: МЭСИ, 2015.-11 с.

References:

1. Balabnova L. Valued-oriented marketing product policy: imperatives, methodology / by L. Balabnova, Degtyarev D.; M-ry of education and science of Donetsk People Republik, Donetsk National University of Economics and Trade named: FLP Kirienko, 2017. - 204 p.
2. Lyons K., Gillinger M. Management purchase activity and chain of deliveries. [Text] / K. Lyons, M. Gillinger.-M.: 2015. - 224 p.
3. Mhitaryan S. The Marketing management deliveries: the Train aid, / Moscow state university of economy, statistics and informatics. - M.: MESI, 2015.-11 p.

Abstract. *The modern terms of activity of enterprises are in-process considered, authorial determination of strategic management of responsible commodity policy is presented, conception of strategic management of responsible commodity policy is presented.*

Key words: *responsible commodity policy, corporate social responsibility, enterprise, strategy.*

Статья отправлена: 31.01.2019 г.

© Юзык Л.А.