

УДК 338

СТРАТЕГИЯ ТОВАРОДВИЖЕНИЯ И НЕОБХОДИМОСТЬ
ЕЁ РАЗРАБОТКИ

Т.М. ПУЦЕНКОВА

Научный руководитель С.В. МИХОЛАП, канд. техн. наук, доц.

Учреждение образования

«БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ»

Минск, Беларусь

В условиях перехода Республики Беларусь к рыночной экономике возникает необходимость разработки отечественными предприятиями стратегий деятельности. В частности, белорусские предприятия обращают внимание на необходимость разработки стратегии товародвижения. Подобные стратегии рассматриваются как сфера, связывающая воедино звенья производства, распределения и сбыта, определяющая отношения с поставщиками и потребителями и ее конкурентные преимущества.

Очевидно, это связано с интенсификацией и расширением товарно-денежных отношений, с динамичным увеличением горизонтальных хозяйственных связей между предприятиями и организациями сопряжённых отраслей, возросшими возможностями улучшения их взаимодействия на основе расширения хозяйственной самостоятельности, инициативы посреднических структур и транспортных предприятий, совершенствование их экономических отношений.

Проблемы эффективного управления товародвижением на микро- и макроуровне становятся всё более значимыми для всех хозяйствующих экономических субъектов. При разработке стратегий товародвижения необходимо учитывать внутреннюю интеграцию функций и операций, взаимосвязь маркетинга и логистики, структуру функционального цикла товародвижения, что диктует условия сочетания уровней и каналов распределения, обеспечение производства и сбыта. Необходимость изучения стратегий товародвижения выдвигает на первый план такие направления, как анализ интегрированных систем распределения и взаимодействия с посредниками в маркетинговых каналах, изучение информационной среды товародвижения, процесс управления товародвижением, выявление наиболее эффективных стратегий зарубежных компаний. В конечном счёте, целью функционирования системы товародвижения в идеале является удовлетворение платёжеспособного спроса каждого конкретного потребителя в нужный момент времени, с учётом минимизации затрат. Тогда как степень её достижения зависит от многих условий, но прежде всего, связана с рационализацией отношений между предприятиями в сфере товародвижения.