

СУЩНОСТЬ ТОРГОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Карпович Ю. В., студент

Научный руководитель – Солодовников С. Ю., д.э.н., профессор
зав. каф. «Экономика и право»
Белорусский национальный технический университет
г. Минск, Беларусь

Торговая политика является важной составляющей, определяющей пути экономического развития предприятия, региона и государства в целом. Политику принято определять как общее руководство для действий и принятия решений, которое облегчает принятие решений в какой-либо сфере. Представляя политику как сложное многоаспектное понятие, которое распространяется на разные сферы общественной жизни и оказывает влияние на них, следует учитывать ее иерархический многоуровневый характер. В политике выделяют несколько уровней ее проявления: государственный (макроуровень), региональный (мезоуровень), уровень предприятия (микроуровень). Данные уровни отличаются масштабом, характером решаемых вопросов, а также используемыми инструментами регулирования. Анализ понятия торговой политики также следует осуществлять с учетом трех уровней.

Торговая политика промышленного предприятия – совокупность организационных, правовых, экономических и иных мер, реализуемых предприятием с целью обеспечения высокой степени удовлетворенности потребителей выпускаемыми продуктами, а также с целью оптимизации деятельности самого предприятия и повышения уровня его конкурентоспособности. В целом, торговая политика включает в себя такие элементы как выбор поставщиков и потребителей, каналы распространения товара, цены на продукцию, реклама, планирование прибыли и рентабельности, решения по торговым маркам. Следует отметить, что указанные элементы находятся в тесной взаимосвязи, соответственно достижение целей торговой политики определяется эффективностью каждого из указанных элементов.