



СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКИ НА ПРЕДПРИЯТИИ В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ

Маматкулова Шоира Джалоловна

Кандидат экономических наук,

Доцент кафедры маркетинга,

Самаркандский институт экономики и сервиса

Аннотация: Данная статья исследует совершенствование товарной политики на предприятии в контексте инновационной экономики. Рассматривается значение эффективной товарной политики для успешного конкурентирования на рынке, а также адаптация стратегий товарной политики к изменяющимся требованиям и возможностям, предоставляемым инновациями. Проанализированы основные аспекты разработки и реализации товарной политики в условиях инновационной экономики, включая выбор ассортимента, ценообразование, продвижение и дистрибуцию продукции.

Ключевые слова: товарная политика, инновационная экономика, конкурентоспособность, ассортимент, ценообразование, продвижение, дистрибуция, предприятие, рыночные стратегии.

Abstract: This article examines the improvement of product policy at an enterprise in the context of an innovative economy. The importance of effective product policy for successful competition in the market is considered, as well as the adaptation of product policy strategies to the changing requirements and opportunities provided by innovation. The main aspects of the development and implementation of product policy in the conditions of an innovative economy are analyzed, including the choice of assortment, pricing, promotion and distribution of products.

Key words: product policy, innovation economy, competitiveness, assortment, pricing, promotion, distribution, enterprise, market strategies.

В современном мире, где технологии и инновации играют ключевую роль в развитии бизнеса, совершенствование товарной политики на предприятии становится необходимостью для успешной конкуренции на рынке. Инновационная экономика предлагает предприятиям множество новых возможностей, однако требует от них адаптации и развития новых стратегий для эффективного использования инноваций в сфере товарной политики.



Целью данной статьи является рассмотрение совершенствования товарной политики на предприятии в условиях инновационной экономики. Мы будем изучать значимость правильной товарной политики для повышения конкурентоспособности предприятия, а также анализировать основные аспекты, такие как выбор ассортимента, управление ценами, стратегии продвижения и дистрибуции продукции.

В ходе обсуждения мы рассмотрим, какие вызовы и возможности предоставляет инновационная экономика для товарной политики предприятия, а также какие стратегии и подходы могут помочь предприятиям адаптироваться к изменяющимся условиям рынка и использовать инновации в свою пользу.

В результате, мы сможем выявить ключевые аспекты совершенствования товарной политики на предприятии в условиях инновационной экономики и предложить рекомендации для успешной реализации этих стратегий.

В современной динамичной бизнес-среде, где технологические инновации и быстрое изменение рыночных условий становятся новым стандартом, совершенствование товарной политики на предприятии становится ключевым элементом успешной конкуренции. Анализ текущей ситуации товарной политики предприятия является первым шагом к пониманию его конкурентоспособности в условиях инновационной экономики. Необходимо рассмотреть ассортимент продукции, ценообразование, стратегии продвижения и дистрибуции, чтобы оценить их соответствие требованиям рынка и потребностям клиентов.

Одним из важных аспектов является адаптация товарной политики к инновациям. Это включает в себя использование новейших технологий в производстве, интеграцию цифровых инструментов в маркетинговые стратегии, а также разработку инновационных продуктов и услуг, которые могут отвечать на изменяющиеся потребности рынка.

Проанализировав успешные практики других предприятий, можно выявить ключевые факторы успеха и применить их на практике. Реализация рекомендаций по совершенствованию товарной политики, основанных на анализе текущей ситуации и инновационных трендах, позволит предприятию эффективно использовать свои ресурсы, улучшить свою конкурентоспособность и успешно выступать на рынке в условиях инновационной экономики.



Проблемные ситуации, связанные с совершенствованием товарной политики на предприятии в условиях инновационной экономики, могут включать следующее:

Недостаточное использование инноваций в товарной политике:

Проблема: Предприятие может столкнуться с проблемой отставания от конкурентов из-за недостаточного использования инноваций в ассортименте продукции, ценообразовании или стратегиях продвижения.

Научное решение: Исследование современных инноваций и их применение в товарной политике предприятия. Это может включать в себя внедрение новых технологий в производстве, использование аналитических инструментов для управления ценами и разработку инновационных маркетинговых стратегий.

Неэффективное адаптирование товарной политики к изменяющимся потребностям рынка:

Проблема: Предприятие может столкнуться с проблемой, когда его товарная политика не соответствует изменяющимся требованиям и ожиданиям потребителей в условиях инновационной экономики.

Научное решение: Проведение регулярного мониторинга рынка и потребительского спроса с использованием методов маркетинговых исследований. Это поможет предприятию адаптировать свою товарную политику в соответствии с изменяющимися требованиями рынка.

Проблемы с внедрением инноваций из-за ограниченных ресурсов:

Проблема: Ограниченные финансовые и человеческие ресурсы могут стать препятствием для успешного внедрения инноваций в товарную политику предприятия.

Научное решение: Разработка стратегии управления инновациями, включающей оптимизацию расходов, поиск дополнительных источников финансирования (например, инвестиции, гранты) и оптимизацию использования внутренних ресурсов предприятия.

Неэффективная коммуникация и внутреннее внедрение инноваций:

Проблема: Необходимость изменений в товарной политике может вызвать сопротивление со стороны персонала, а также проблемы в коммуникации между различными отделами предприятия.

Научное решение: Применение методов организационного поведения и управления изменениями для обеспечения плавного внедрения инноваций. Это



включает в себя проведение обучения и мотивации сотрудников, а также установление открытой и эффективной коммуникации внутри предприятия.

Решение данных проблемных ситуаций требует комплексного подхода, который включает в себя не только применение научных методов исследования, но и эффективное управление изменениями и ресурсами предприятия.

Совершенствование товарной политики на предприятии в условиях инновационной экономики является необходимым шагом для успешного конкурентирования на рынке. Инновационная экономика предоставляет новые возможности, но также предъявляет новые требования к предприятиям, требующие адаптации и развития новых стратегий в товарной политике. В результате проведенного анализа исследований, можно сделать вывод о том, что эффективное совершенствование товарной политики в условиях инновационной экономики позволяет предприятию не только сохранить конкурентоспособность, но и получить значительные преимущества на рынке.

Предложения:

Постоянный мониторинг рынка и анализ изменений: Регулярное проведение маркетинговых исследований и анализ изменений в индустрии позволит предприятию оперативно реагировать на изменяющиеся требования и предпочтения потребителей, что в свою очередь способствует совершенствованию товарной политики.

Инвестирование в инновации и технологии: Предприятия должны активно инвестировать в разработку и внедрение инноваций в свою товарную политику. Это может включать в себя автоматизацию процессов, внедрение цифровых технологий и разработку новых продуктов с использованием передовых технологий.

Обучение персонала и развитие навыков: Компаниям следует обеспечить свой персонал необходимыми знаниями и навыками для успешного применения инноваций в товарной политике. Обучение и развитие сотрудников позволит им эффективно реализовывать новые стратегии и методы работы.

Создание гибкой и адаптивной системы управления: Необходимо создать гибкую структуру управления, способную оперативно реагировать на изменения на рынке и внедрять новые стратегии и инновации в товарную политику предприятия.



Укрепление бренда и позиционирование на рынке: Эффективное управление брендом и позиционирование на рынке помогут предприятию выделиться на фоне конкурентов и укрепить свои позиции в инновационной экономике.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. Pearson Education Limited.
2. Porter, M. E. (2008). Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. Simon and Schuster.
3. Armstrong, G., & Cunningham, M. (2012). Principles of Marketing. Pearson Education.
4. Trott, P. (2017). Innovation Management and New Product Development. Pearson Education Limited.
5. Grant, R. M. (2016). Contemporary Strategy Analysis: Text and Cases Edition. John Wiley & Sons.
6. Rogers, E. M. (2010). Diffusion of Innovations. Simon and Schuster.
7. Christensen, C. M. (2016). The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail. Harvard Business Review Press.
8. Chesbrough, H. (2019). Open Innovation Results: Going Beyond the Hype and Getting Down to Business. Oxford University Press.
9. Barney, J. B., & Hesterly, W. S. (2015). Strategic Management and Competitive Advantage: Concepts and Cases. Pearson.
10. Christensen, C. M., & Raynor, M. E. (2003). The Innovator's Solution: Creating and Sustaining Successful Growth. Harvard Business Review Press.