

собой творческое исследование и может выполняться лишь высококвалифицированным аналитиком. Она нацелена на установление и выявление характеристик, отражающих состояние хозяйствующего субъекта, для предсказания возможных отклонений от устойчивых, средних, стандартных значений и предотвращения финансового неблагополучия хозяйствующего субъекта. Проблемная диагностика необходима для выработки стратегии и тактики хозяйственного поведения предприятия в условиях быстро изменяющейся конъюнктуры.

Результатом внедрения диагностических процедур в практическую деятельность торговой организации является разработка мер по развитию системы управления и финансовому оздоровлению предприятия, повышению его рыночной привлекательности, улучшению важнейших показателей торгово-хозяйственной деятельности.

*Е.А. Милюк*, аспирант

Научный руководитель – *Г.А. Давыдова*, канд. экон. наук

## **УПРАВЛЕНИЕ РОЗНИЧНЫМ ТОВАРООБОРОТОМ КАК УСЛОВИЕ ЭФФЕКТИВНОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА**

Розничный товарооборот является одним из основных показателей оценки состояния потребительского рынка, характеризует достижения и проблемы рыночных трансформаций. Итоги развития торговли за 2003 год показали, что на внутреннем потребительском рынке республики при достаточно высокой насыщенности потребительскими товарами, в основном отечественного производства, обеспечена определенная сбалансированность спроса и предложения. Розничный товарооборот через все каналы реализации составил за 2003 г. 14562 млрд руб. или в сопоставимых ценах 109,9 % к уровню 2002 г., при прогнозе 107,5 %. Товарооборот торговых организаций увеличился в сопоставимых ценах на 7,5 %. Выполнение установленных прогнозных показателей по темпам роста товарооборота обеспечено всеми регионами республики. Наиболее высоких темпов достигли Могилевская (114,0 %), Минская (112,9 %) области и г.Минск (111,0 %). Получила развитие тенденция опережающего роста продажи непродовольственных товаров (112,8 %) по сравнению с продовольственными (108,1 %).

На состояние потребительского рынка на современном этапе влияют следующие факторы:

- Образование на потребительском рынке множества торгующих структур, имеющих особенности в целях, задачах, функциях, ресурсном обеспечении.

- Низкая эффективность деятельности оптового звена в системе товародвижения.
- Ухудшение параметров, характеризующих культуру торгового обслуживания.
- Наличие дисбаланса между экономическими интересами товаропроизводителей, с одной стороны, и торговли, с другой стороны.
- Увеличение в розничном товарообороте доли неорганизованного рынка.
- Ухудшающиеся финансовые положения торговых предприятий на потребительском рынке.

Определенный инструментарий для решения данных проблем содержится в методологии системного подхода, все увереннее занимающего свое место в общем арсенале средств науки. Управление в социальной системе можно рассматривать как процесс принятия решений, состоящий из цепочки непрерывных выборов тех или иных вариантов из некоторого числа альтернативных возможностей. Отличительной чертой механизма управления должна стать научность организационных мероприятий, основанная на системном подходе.

Для решения проблем нужны не разрозненные действия различных уровней управления, а хорошо согласованная и синхронизированная работа по реализации системного подхода к управлению розничным товарооборотом как фактором устойчивого развития торгового предприятия.

Системный подход нельзя определить какой-то одной формулой – это большая совокупность специальных правил, процедур и принципов, предложенных различными авторами для решения задач управления.

Для системного подхода характерны следующие особенности:

1. Изучение целостности объекта и определение его элементов.
2. Исследование закономерностей соединения элементов в систему, т.е. структуры объекта.
3. Изучение функций системы и ее составляющих, т.е. структурно-функциональный анализ системы.
4. Исследование границ системы и ее связей с другими системами.

Организация управления розничным товарооборотом должна начинаться с постоянного изучения потребительского рынка. Ориентация на спрос покупателей и его активное формирование должны определять принятие коммерческих решений субъектами рынка. Основными факторами, определяющими управляемость товарооборота должны быть ориентация на структуру покупательского спроса, создание рыночной инфраструктуры, оперативная оценка и обоснование оптимального объема и структуры товарооборота на предприятии. Возникает необходимость исследования общих и специфических условий

формирования спроса населения, так как важнейшей проблемой является максимальное приближение структуры товарооборота к моделям поведения покупателей.

Содержание системного подхода к управлению розничным товарооборотом предполагает:

- четкое определение целей управления и установление их иерархии;
- выбор альтернативных путей достижения поставленных целей с учетом влияния факторов внешнего и внутреннего воздействия;
- всесторонняя количественная оценка всех возможных результатов внедрения системы управления.

Методика формирования системы управления розничным товарооборотом на торговом предприятии должна включать:

1. разработку методики комплексного анализа рынка, что предусматривает набор аналитических процедур с использованием абсолютных и относительных показателей, позволяющих разработать стратегию в текущем и перспективном периодах;
2. определение перечня необходимых и достаточных элементов системы управления, используемых в конкретных условиях;
3. определение критериев оценки эффективности использования различных элементов системы управления розничным товарооборотом;
4. ранжирование элементов системы управления по степени влияния их на выбранную торговым предприятием стратегию;
5. определение перечня показателей для каждого элемента системы управления, которые могли бы отвечать критериям эффективности этих элементов и системы управления в целом;
6. анализ эффективности системы управления, с учетом обобщающих показателей эффективности всей хозяйственной деятельности торгового предприятия.

Разработка системы управления розничным товарооборотом включает:

1. обследование процесса выполнения системой управления основных функций;
2. диагностический анализ;
3. проектирование и внедрение системы управления.

Критериями оценки системы управления товарооборотом выступают оперативность принятия решений по регулированию процессов управления реализацией товаров, гибкость планирования и адаптивность управления. Эффективная система управления розничным товарооборотом предполагает изучение влияния множества социально-экономических факторов, которое должно осуществляться с позиций системного подхода. Систематизация факторов призвана стать важнейшим методологическим инструментом, обеспечивающим

принятие управленческих решений с точки зрения их результативности. Процесс управления сводится к целенаправленным изменениям значений управляемых переменных системы.

Эффективное функционирование механизма управления розничным товарооборотом возможно только при наличии определенной системы обеспечения, состоящей из: нормативно-правового, методологического, организационного и информационного обеспечения. Целью анализа эффективности функционирующего механизма управления товарооборотом является определение прогрессивности и комплексности методов, применяемых в системе управления товарооборотом. Проектирование системы управления розничным товарооборотом предполагает решение следующих задач:

- расширение горизонта планирования и увеличение количества целевых показателей розничного товарооборота;
- усиление роли экономических рычагов и стимулов в системе управления розничным товарооборотом;
- повышение уровня информационного обеспечения системы управления розничным товарооборотом.

В качестве направлений совершенствования управления розничным товарооборотом в рамках системного подхода можно выделить следующие:

1. обеспечение рационального соотношения рыночных принципов и методов государственного регулирования розничного товарооборота;
2. создание нормативной базы по стимулированию товарооборота на государственном уровне;
3. совершенствование качественной структуры розничного товарооборота;
4. улучшение организации торговли, применение новых форм продаж с участием товаропроизводителей, таких как рекламные акции, распродажи, презентации новых отечественных товаров, формирование и дальнейшее развитие крупных розничных структур и сетевых технологий торговли;
5. внедрение инноваций в области развития розничного товарооборота;
6. освоение новых видов товаров и обновление ассортимента, повышение их качества и конкурентоспособности;
7. дальнейшее развитие и совершенствование сложившихся эффективных форм хозяйственных связей торговли и промышленности на основе принципов равенства экономических интересов, расширение взаимодействия и интеграции торговых организаций с товаропроизводителями для насыщения рынка отечественными конкурентоспособными товарами;
8. совершенствование системы ценообразования на основе оптимального сочетания методов государственного регулирования и свободного формирования цен в рамках правового поля.