

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ И УПРАВЛЕНИЯ
ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИМИ ПРОЦЕССАМИ ПРЕДПРИЯТИЙ
СОВРЕМЕННЫХ ФОРМАТОВ ТОРГОВЛИ

Гальцова Л. А.

MODERN TRADE COMPANIES
TRADING -TECHNOLOGICAL
PROCESSES ORGANIZATION
AND MANAGEMENT

GALTSOVA L. A.

The article considers Sochi trade companies trading-technological processes organization and management under sales premises deficiency. Trading-technological process structure requires complex approach to management and considers the factors effecting managerial decisions.

В статье рассматриваются особенности организации и управления торгово-технологическими процессами предприятий торговли г. Сочи в условиях дефицита торговых площадей. Структура торгово-технологического процесса требует комплексного подхода в управлении и принимает во внимание факторы, воздействующие на управленческие решения.

Keywords: trading-technological process, retail trade company, organization and management principles.

Ключевые слова: торгово-технологический процесс, предприятие розничной торговли, принципы организации и управления.

УДК 339.162.4

В современных условиях наличие процессов укрупнения и интеграции розничных торговых предприятий, рост числа торговых сетей различной специализации, создание новых предприятий современных форматов свидетельствует о развитии потребительского рынка, целью которого является повышение конкурентоспособности и приближение к европейским стандартам [1]. Наиболее востребованными оказались сегодня технологии организации розничных торговых сетей с распределительными центрами, супер- и гипермаркетов, торговых зон, торговых комплексов. В этих условиях не менее актуальны методы оптимизации управления ТТП, снижающие затраты при закупке товаров, их хранении и продаже, организации транспортно-технологических систем доставки товаров.

Сегодня распространен подход к торгово-технологическому процессу как направлению хозяйствования, заключающемуся в эффективном управлении торговой деятельностью. Соблюдение нормативных требований по проектированию и созданию оптимальной объемно-планировочной функциональной структуры магазинов определит эффективность капиталовложений, сократит эксплуатационные расходы, обеспечит увеличение товарооборота на 1 кв. м торговой площади.

Торговая сеть г. Сочи – это старые и реконструированные, а также современные, хорошо оборудованные магазины и универмаги. В то же время развитие Сочи как крупного курорта с населением свыше 400 тыс. человек имеет свои особенности. Недостаток в торговых площадях по торговле непродовольственными товарами поставил в тяжелые условия универмаги, работающие в центре города: все они перегружены покупательскими потоками, что отрицательно влияет на культуру обслуживания посетителей. Из-за отсутствия в центре города свободных площадок, пригодных для строительства новых универмагов, ликвидация этой перегрузки возможна лишь за счет

реконструкции зданий. Однако реконструкция центральных универмагов усложняется тем, что все они расположены в охранной зоне города.

В настоящее время в районах, являющихся нецентральными, отсутствуют крупные магазины, что делает эту часть города в функциональном отношении более однообразной, чем его центральная часть. Причем существующая торговая площадь магазинов значительно ниже норматива и не соответствует мощности покупательского потока.

Условия функционирования магазинов в различных районах города неодинаковы, вследствие чего деление розничной сети на предприятия городского и местного значения становится недостаточным. В условиях социально-экономического развития города и миграционных процессов, определяющих объем и структуру спроса, территориальная организация торговой сети имеет более сложную структуру.

Диспропорции в распределении торговой площади магазинов различной специализации по центральным и нецентральным районам в значительной степени являются причиной низкой эффективности использования торговой площади в одних районах и снижения уровня культуры торговли в магазинах других районов.

Создание торговых улиц в центре Сочи значительно ликвидирует существующие перегрузки торговых площадей, однако не решит до конца проблему обеспеченности торговыми площадями. Вполовину сократит разрыв между нормативной и фактически эксплуатируемой торговой площадью строительство магазинов в отдельно стоящих зданиях малой площади.

Значительную часть розничной торговой сети г. Сочи составляют вновь построенные магазины частных предпринимателей с торговой площадью до 200 кв. м. Необходимо эффективно использовать площади таких предприятий торговли.

В программе развития для города Сочи предусматривается преобладание интенсивных факторов развития над экстенсивными. Интенсивность направлена преимущественно на эффективное использование торговых площадей, капиталовложений, реконструкцию, техническое перевооружение магазинов,

которое будет занимать 80%. В торговле имеются и другие, внутренние, резервы для повышения эффективности использования торговых площадей. Предусматривается также совершенствование форм продажи товаров, товароснабжения и других операций ТТП.

Возвышение общественных потребностей выражается в более высоких требованиях к параметрам торгового предприятия, на торговых площадях которого предлагаются товары для удовлетворения этих потребностей. В условиях ограниченных капитальных вложений на строительство и реконструкцию торговых предприятий единственно возможным становится интенсивный путь развития торговой сети, заключающийся в эффективном использовании имеющихся торговых площадей. Нередко предпосылки повышения эффективности использования торговых площадей отождествляются с резервами и условиями их наиболее полного использования. Разграничение этих понятий (резервы и условия их реализации) имеет не только теоретическое, но и практическое значение.

Резервы увеличения эффективности использования торговых площадей – это нескрытые возможности улучшения их показателей в соответствии с постоянно развивающимися потребностями общества и возможностями материально-технической базы. Величина их определяется разницей между возможным в данных условиях уровнем показателей и фактически достигнутым.

Резервы повышения эффективности использования торговых предприятий заключены, по мнению автора, в факторах, влияющих на величину этого показателя. Результативность работы торгового предприятия во многом зависит от управления ТТП, а также технического уровня и качества организации труда. Под техническим уровнем торговли понимают степень прогрессивности элементов торгово-технологического процесса и оборудования. Улучшение эксплуатационных свойств торговых зданий и помещений прежде всего связано с планировкой торгового зала. В этих условиях важное значение приобретает развитие планировочно-технологических и организационно-экономических факторных показателей, заключающихся в

себе резервы для повышения эффективности.

Организация и управление торгово-технологическим процессом базируются на общих принципах и методах управления [2].

Логистическая стратегия организации торговли состоит в комплексном управлении элементами системы. Наиболее важными из них являются цены, товарный ассортимент, дополнительные преимущества, вытекающие из мер по стимулированию реализации товаров, преимущества, связанные с месторасположением магазинов, мерчендайзинга, рекламы и продвижения товара.

Каждому подразделению (службе) торгового предприятия свойственны определенная предназначенность и выполняемые функции, т.е. они обладают в той или иной степени автономностью. Вместе с тем их действия должны быть скоординированы и согласованы во времени, что обуславливает единство системы управления торговым предприятием.

Важно обеспечение взаимодействия между торгово-технологическим процессом и целями торгового предприятия. Торгово-технологический процесс формируется и изменяется в соответствии с интересами и потребностями предприятия. Следовательно, функции управления процессом реализуются с учетом целей торгового предприятия.

Характерным признаком управления является иерархический ранг. Организация управления торгово-технологическим процессом должна быть ориентирована на вертикальные и горизонтальные связи.

Необходимым условием является обеспечение комплексного подхода в управлении. С позиции комплексности принимаются во внимание все факторы, воздействующие на управленческие решения торгово-технологического процесса. Предусматривается также связь торгового предприятия с субъектами внешней среды.

Под стремлением к малозвенности понимается несложная структура управления. Но при этом должны достигаться стабильность и надежность управления торгово-технологическим процессом. Структура торгово-технологического процесса, последовательность

выполнения различных операций зависят от степени хозяйственной самостоятельности торгового предприятия, применяемого метода продажи товаров, типа и мощности магазина и других факторов.

Внутренняя и внешняя среда подвержена постоянным изменениям. Особенно это проявляется в период зарождения потребительского рынка. Поэтому гибкость и приспособляемость структуры управления торгово-технологическим процессом к переменам и условиям окружающей среды имеют существенное значение для адаптивности.

Выработка и принятие управленческих решений основываются на исполнительной информации. Она включает получение исходной информации, обработку, анализ и выдачу результатов управляющего воздействия. Эта задача выполняется с помощью современных технических средств, позволяющих автоматизировать процесс информационного обеспечения.

Организацию и управление торгово-технологическим процессом нельзя отделить от системы управления торговым предприятием, которое выполняет еще и функции, связанные с технологической, экономической и финансовой деятельностью. Следовательно, при построении структуры управления торгово-технологическим процессом необходимо учитывать взаимодействие и соподчиненность всех составляющих элементов, образующих целостную систему управления торговым предприятием.

Обеспечивая непосредственное доведение товаров до потребителей, торговый процесс включает в себя и такие виды организации коммерческой деятельности, как изучение спроса населения, формирования ассортимента и рекламу товаров, оказание покупателям дополнительных услуг, текущее пополнение товаров и др. [3]

Содержание основных и вспомогательных торгово-технологических процессов магазинов различных типов имеет определенные особенности, вызываемые формой их товарной специализации, методами продажи товаров, а также размерами. Эти особенности определяют специфику отдельных технологических операций, осуществляемых в рамках основных и

вспомогательных торгово-технологических процессов в магазине. Требования современности диктуют необходимость использования специально сконструированных помещений под организацию торгово-технологических процессов в соответствии с характером которых формируется структура помещений торгового предприятия и организуется их технологическая планировка. Помещения и их размеры определяются типом магазина и существенно дифференцируются в зависимости от ассортимента реализуемых товаров, методов их продажи и видов дополнительных торговых услуг, оказываемых покупателям.

Основная функция любого руководителя состоит в принятии решений. Эти решения координируют деятельность всех подсистем, а деятельность всей управляемой системы в целом – объекта управления – направляют на достижение поставленных перед ней целей. Стратегия логистического управления торгово-технологическим процессом в значительной мере является важнейшим, центральным элементом розничной торговли, направлена на повышение

эффективности использования одновременно всех возможностей и ресурсов, которыми располагает фирма и ее магазины для того, чтобы достичь желаемой цели [4].

От эффективного управления торгово-технологическими процессами во многом зависит стратегический успех розничного торгового предприятия. Одной из проблем, связанных с совершенствованием управления торгово-технологическими процессами, является переход к подходу, ориентированному на покупателя, стратегическая цель которого начинается с выявления потребностей покупателей, что обуславливает выявление желаний потребителей, касающихся форм и методов торговли, условий расчета, сервисных услуг, и конечно, ассортимента.

Таким образом, организация торгово-технологического процесса в торговом предприятии должна способствовать наиболее эффективному доведению товара в широком ассортименте надлежащего качества до покупателя с наименьшими затратами труда и времени при высоком уровне торгового обслуживания.

Литература

1. Дашков Л.П., Памбухчиянц В.К. Организация, технология и проектирование торговых предприятий. М.: ИТК «Дашков и К°», 2007. 515 с.
2. Торговое дело: экономика и организация: Учебник / Под общ. ред. Л.А. Брагина и Т.П. Данько. М.: «Инфра-М», 2003.
3. Панкратов Ф.Г., Серегина Т.К. Коммерческая деятельность: Учебник. М.: ИВЦ «Маркетинг», 2000.
4. Гордон М.П., Карнаухов С.Б. Логистика товародвижения. М: Центр экономики и маркетинга, 1998. 168 с.; Гварлиани Т.Е. Региональные особенности развития предприятий малого и среднего бизнеса в сфере гостеприимства и о влиянии налогообложения // Вестник СГУТиКД. 2008. № 3–4. С. 7–11.

Сведения об авторе:

Гальцова Лариса Александровна, старший преподаватель кафедры Менеджмент СГУТиКД (Сочи).

E-mail: prepod_marketing@mail.ru