

ВОЗМОЖНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДИАГНОСТИКИ В УПРАВЛЕНИИ УСТОЙЧИВЫМ РАЗВИТИЕМ ТОРГОВЛИ

На современном этапе построения социально ориентированной рыночной экономики организации всех отраслей столкнулись с принципиально новыми проблемами. Не последнее место среди них занимает обеспечение устойчивого поступательного развития. К сожалению, многими учеными (и особенно практиками) развитие трактуется либо как достижение высоких темпов роста объемных показателей (для торговли — товарооборота), либо как достижение определенного размера прибыли. Но реалии таковы, что обеспечение первого, как правило, не приводит ко второму. В связи с этим одним из путей управления устойчивым развитием видится его экономическая диагностика.

Управление в широком смысле слова как сложный социально-экономический процесс означает воздействие на объект, процесс, систему для сохранения устойчивости или перевода из одного состояния в другое в соответствии с заданными целями, в узком — представляет собой конкретные способы и методы воздействия на объект для достижения цели. Экономическая диагностика концентрирует аспекты управления на реальности достижения поставленных задач избранными методами. С учетом многообразия точек зрения экономическая диагностика может быть определена как процесс комплексного исследования структуры и характера связей между основными экономическими показателями, оценки динамики этих связей с целью предсказания возможных отклонений от устойчивых, средних, стандартных значений и предотвращения нарушений реализации планируемых управленческих решений. В процессе экономической диагностики решается целый комплекс задач, которые схожи с задачами экономического анализа. Но принципиальным отличием является то, что экономическая диагностика концентрирует свое внимание на взаимообусловленности и взаимозависимости анализируемых данных, определении целесообразности предпринятых действий и возможности их применения (полностью или с определенными условиями) в будущем.

Таким образом, экономическая диагностика, “генерируя” результаты экономического анализа и расширяя их оценкой текущей экономической ситуации на рынке (исследуя уровень конкуренции, особенности развития конъюнктуры рынка, состояние и ха-

рактер преобразований в отрасли и т.п.), позволяет получить полное представление об истинном положении дел в организации и сформировать успешную стратегию действий на будущее. При этом диагностирование результатов работы торговых организаций обладает рядом отличительных особенностей, отражающих специфику торговли как особой отрасли, напрямую затрагивающей интересы потенциального потребителя.

Принципиальным вопросом при выработке методической основы диагностирующей системы является формирование группы исследуемых показателей. В анализе и диагностике экономической деятельности используется большое число показателей (обобщающих, сводных, синтетических, интегральных, частных), которые можно группировать по различным признакам. При этом в большинстве торговых организаций применяются традиционные системы показателей оценки деятельности, сложившиеся в 80-х — начале 90-х гг. с учетом особенностей современной бухгалтерской и статистической отчетности. В их основе лежит разделение показателей на количественные (объемные) и качественные (как правило, финансовые).

Оценки, проведенные с использованием таких систем, характеризуют отдельные направления деятельности торговых организаций. Но даже будучи включенными в интегральные модели оценки конкурентного статуса, они не дают возможности получить информацию о наличии признаков стабильности (или нестабильности) экономического развития.

Исходя из рассмотренной сущности экономической диагностики, требуется уточнение категории “качественные показатели”. На наш взгляд, качественные показатели, используемые в системе экономической диагностики, должны отражать не просто качество состояния отдельных сторон, а качество развития, уровень его стабильности. И начинать нужно с формулирования признаков, которые позволяют определить стабильное и нестабильное экономическое развитие.

Т.В. Воронцова, аспирант
БГСХА (Горки)

К ВОПРОСУ О ФОРМИРОВАНИИ АССОРТИМЕНТА КАК ЭЛЕМЕНТА УПРАВЛЕНИЯ РЫНКОМ ХЛЕБОПРОДУКТОВ

Главным условием сбалансированности спроса и предложения на внутреннем рынке является производство хлебопродуктов в ассортименте, рассчитанном на конкретные группы потребителей.